

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**JORNALISMO**

**ECONOMIA NO JORNAL ‘O GLOBO’: A COLABORAÇÃO DO DISCURSO GRÁFICO  
PARA A COMPREENSÃO DO NOTICIÁRIO**

**LUCIANO CÂNDIDO ABREU**

**RIO DE JANEIRO**

**2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**  
**JORNALISMO**

**ECONOMIA NO JORNAL ‘O GLOBO’: A COLABORAÇÃO DO DISCURSO GRÁFICO  
PARA A COMPREENSÃO DO NOTICIÁRIO**

**LUCIANO CÂNDIDO ABREU**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à  
Escola de Comunicação da Universidade  
Federal do Rio de Janeiro, como parte dos  
requisitos necessários à obtenção do grau de  
bacharel em Comunicação Social/Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Octavio Carvalho Aragão Júnior

**RIO DE JANEIRO**

**2015**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO**  
**ESCOLA DE COMUNICAÇÃO**

**TERMO DE APROVAÇÃO**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia **Economia no jornal ‘O Globo’: a colaboração do discurso gráfico para a compreensão do noticiário**, elaborada por Luciano Cândido Abreu.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia ...../...../.....

Comissão Examinadora:

---

Orientador: Prof. Dr. Octavio Carvalho Aragão Júnior – ECO/UFRJ

---

Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Cristina Rego Monteiro da Luz – ECO/UFRJ

---

Prof. Dr. Ary Pimenta de Moraes Filho – EBA/UFRJ

RIO DE JANEIRO

2015

## FICHA CATALOGRÁFICA

ABREU, Luciano Cândido.

Economia no jornal ‘O Globo’: a colaboração do discurso gráfico para a compreensão do noticiário. Rio de Janeiro, 2015.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) –  
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação  
– ECO.

Orientador: Octavio Carvalho Aragão Júnior

ABREU, Luciano Cândido. **Economia no jornal ‘O Globo’: a colaboração do discurso gráfico para a compreensão do noticiário**. Rio de Janeiro, 2015. Orientador: Octavio Carvalho Aragão Júnior. Monografia (Graduação em Jornalismo) - Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro.

## RESUMO

Esta pesquisa dedica-se a analisar o discurso gráfico do caderno de economia do jornal carioca *O Globo*. As páginas da editoria são estudadas de modo a avaliar como o último projeto gráfico do diário impresso, implantado em julho de 2012, colabora para a compreensão do noticiário econômico cuja cobertura tem sido aprimorada ao longo das últimas décadas a fim de simplificar o chamado “economês” ao público geral. No decorrer dos capítulos são traçadas a história da imprensa brasileira e, em particular, a do *Globo*, que revelam perspectivas que auxiliam no entendimento sobre o formato atual do produto. Além da recente reforma também é contextualizado o redesenho desenvolvido para o veículo em 1995 que estabeleceu regras aprofundadas no projeto de 17 anos mais tarde. Por fim, cada página dos cadernos de edições do jornal separadas para esta pesquisa é analisada por meio da diagramação e recursos gráficos utilizados para mensurar a eficácia de cada um deles na apresentação das notícias.

Palavras-chave: discurso gráfico, economia, jornalismo, O Globo

Aos meus pais, Homero e Marly,  
pelo apoio e carinho perenes.

## **AGRADECIMENTOS**

A minha família, acima de tudo. Desde os estudos preparatórios para o ingresso ao ensino superior até os mais novos planos profissionais ela esteve comigo.

Em particular, a minha irmã Lídia, que nos últimos meses entre plantões médicos, aulas de pediatria e mil viagens à Bahia me ajudou a organizar minhas ideias mirabolantes... e também o apartamento.

À Universidade Federal do Rio de Janeiro, à qual serei grato pelo crescimento profissional e humano. O cabedal e a bagagem crítica desenvolvidos são os tesouros que carrego comigo. Aos professores e funcionários da instituição que estiveram comigo por apenas um semestre ou em vários momentos de minha vida acadêmica deixo nestas linhas sinceros agradecimentos pelos ensinamentos em sala, nas tarefas como bolsista ou nos bate-papos no Sujinho e pelo campus.

Ao meu orientador, pela atenção e tempo destinados a me instruir durante minha pesquisa científica.

Aos colegas da Infoglobo, focas e veteraníssimos, com quem convivi na redação durante o estágio: obrigado, obrigado e obrigado. Cresci ali ao lado de profissionais que me ensinaram, na prática diária, a arte na qual me graduei e me ajudaram a descobrir melhor quem sou e a seguir em frente. E com bom humor o faço. Sempre!

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>09</b>
<b>2 JORNAIS: DO FORMATO DE LIVRO AOS CADERNOS TEMÁTICOS</b>	<b>12</b>
2.1 DÉCADA DE 1950: A FUNCIONALIDADE ATRAVÉS DA ESTÉTICA	16
2.2 A CULTURA EM EBULIÇÃO	17
2.3 REFORMA DO JB: MARCO NO JORNALISMO	19
2.4 O APELO VISUAL DO ÚLTIMA HORA E DO JORNAL DA TARDE	22
<b>3 O GLOBO: VESPERTINO NASCIDO DO VOTO POPULAR</b>	<b>25</b>
3.1 RETORNO ÀS 18 HORAS E A EDIÇÃO IMPRESSA ATUAL	28
3.2 A POLÍTICA NO BRASIL E A ECONOMIA NA IMPRENSA	29
<b>4 DOS FRAGMENTOS À CONSOLIDAÇÃO TEXTUAL: AS REFORMAS GRÁFICAS</b>	<b>34</b>
4.1 REFLEXÃO SEM PIROTECNIA EM 1995	35
4.2 MAIS BRANCO E PEÇAS EDITORIAIS EM 2012	40
4.2.1 Grid e colunagem	42
4.2.2 Cores	43
4.2.3 Tipografia	46
<b>5 ANÁLISE GRÁFICA DO CADERNO DE ECONOMIA</b>	<b>48</b>
5.1 UM PANORAMA DAS CAPAS DO CADERNO	49
5.2 EDIÇÃO DE DOMINGO	51
5.3 EDIÇÃO DE SEGUNDA-FEIRA	52
5.4 EDIÇÃO DE TERÇA-FEIRA	54
5.5 EDIÇÃO DE QUARTA-FEIRA	55
5.6 OBSERVAÇÕES GERAIS	57
<b>6 CONCLUSÃO</b>	<b>61</b>
<b>7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>64</b>
<b>8 ANEXOS</b>	<b>67</b>



## 1 INTRODUÇÃO

“- Vão tirar o fio?  
- Talvez. Ou pôr dois...”  
(José Hamilton Ribeiro)

O diálogo acima contado pelo jornalista José Hamilton Ribeiro e travado numa redação de jornal ao se saber de futura reforma gráfica revela a expectativa e especulações criadas às vésperas de mudanças gráficas. No excerto, os fios, quase onipresentes nas páginas dos periódicos brasileiros até o *Jornal do Brasil* eliminá-los no fim dos anos 1950 (LESSA, 1995, p.21), são um detalhe perto de inúmeros outros elementos visuais que – entre um projeto gráfico e outro – integram o discurso gráfico de um impresso, o qual orienta nossa percepção para o significado que deseja ser interpretado. E esse discurso não deve ser menosprezado. Numa cultura que está ligada ao fator visual, Silva (1985) observa:

A simples visualização de uma peça qualquer denota essa dependência [ao fator visual], causando impacto no observador e uma inconsciente primeira leitura gráfica do material impresso. A partir daí o arranjo gráfico passa a atuar como discurso; e como discurso, possui uma linguagem específica e uma rede encadeada de significação. É preciso que os planejadores gráficos tenham consciência da importância dessa linguagem e o seu poder de manipulação. (SILVA, 1985, p.40)

É ao arranjo gráfico das páginas do jornal *O Globo*, em específico no caderno de economia, que este trabalho se dedicará. A opção pela análise do discurso gráfico não exclui a importância dada ao texto jornalístico no conjunto da página porque a parte escrita também é transmissora de informação semântica “através dos seus signos compreensíveis, mas ao mesmo tempo produz uma informação visual de reforço estético através dos símbolos gráficos que atuam na sensibilidade do receptor” (idem, p.26).

Neste estudo, a hipótese considerada é que as reformulações gráficas advindas do redesenho desenvolvido para o *Globo* em 2012 contribuíram para melhor organizar e apresentar o noticiário de economia. A análise do caderno econômico buscará esclarecer de que modo, após a reforma, os recursos de infografia, fotografia, gráficos, boxes, listas etc. auxiliam na compreensão das reportagens, deixam as páginas do caderno atraentes aos leitores e se estão de acordo com as regras estipuladas pelo projeto gráfico.

Para atingir o objetivo, o estudo reuniu extensa bibliografia que abrange a história da imprensa brasileira – calcada nas pesquisas de Aragão Júnior (2002), Bahia (1964, 1990), Barbosa (2007), Dines (1986), Lessa (1995), Lustosa (2003), Moraes (1994), Ribeiro (2007),

Sodré (1999); do jornal *O Globo* – Bial (2004), Carvalho (2012), Castro (1996, 2009), Chiarini (2002); e dos aspectos teóricos relacionados ao jornalismo e ao design gráfico – Basile (2011), Caldas (2008), Dondis (2003), Erbolato (2008), Ferreira Junior (2003), Heller (2013), Pedrosa (2002), Pena (2012), Pereira (2007), Samara (2007), Silva (1985), entre outros. De posse do Manual de Aplicação Gráfica do jornal, serão estudados os recursos pré-definidos no recente projeto para o jornal impresso. A análise do noticiário consistiu na coleta de edições do caderno econômico de um período de tempo delimitado com vistas a traçar semelhanças e diferenças e reunir material mais rico o possível para se tomar as conclusões da aplicação do design. A metodologia inclui também entrevistas abertas com repórteres do caderno que contribuem para entender a rotina industrial da redação e as razões pelas quais se optam por determinadas peças gráficas durante o processo de edição e diagramação do jornal.

O primeiro capítulo se atém à história da imprensa brasileira, iniciada no século XIX sob um veículo oficial dirigido pela Imprensa Régia da corte joanina recém-chegada aos trópicos. Das páginas chapas-branca, segue-se o desenvolvimento do jornalismo no país independente ao longo do século conhecido pelos panfletos políticos e incendiários até a adequação da produção de notícias ao mundo industrial e à lógica do capital a partir de 1880. No século XXI, será explicada a formação dos atuais jornais de expressão e os conglomerados de mídia referenciados pelos veículos de Assis Chateaubriand e as adaptações dos jornais aos novos meios, rádio e televisão. A partir de então, chega-se ao período que merece análise aprofundada: a década de 1950. É nessa época que o *Última Hora* e, principalmente, o *Jornal do Brasil* se destacam pelos novos projetos gráficos implantados e lançam base para os formatos que hoje são conhecidos.

Em seguida, *O Globo* ganha capítulo específico. Antes de entender as recentes reformas gráficas pelas quais o jornal carioca passou, este estudo contextualiza o surgimento do veículo no Rio de Janeiro, a morte do dono, Irineu Marinho, e a ascensão do filho Roberto nas décadas seguintes à frente da redação. Os anos foram de trabalho para posicionar *O Globo* na preferência entre os vespertinos, e, com as mudanças culturais e tecnológicas, o percurso para a publicação do jornal ser remanejada para as manhãs – e a volta para a tarde através do recente produto para tablet. Também neste capítulo, paralela à história do periódico no século XXI, a história política e econômica do Brasil que influenciou diretamente a cobertura jornalística de economia. Para entender as páginas da editoria nos dias de hoje seria imprescindível traçar a rota das transformações do noticiário ao longo dos anos em que o país foi submetido à ditadura militar – marco para profissionalização de jornalistas na área – e no período de transição para o regime democrático e de estabilização da moeda.

No capítulo seguinte as reformas gráficas de *O Globo* são explicadas. Começa-se com a de 1995, importante ser tratada por estabelecer regras seguidas e aprimoradas no redesenho de 2012, como o uso de espaços em branco. O jornal deixou de apresentar um panorama geral de notícias do dia anterior, sob dezenas de retrancas em apenas uma só página, para aprofundar o conteúdo através da consolidação de reportagens; a regra era dar um passo à frente do noticiário de televisão assistido pelos leitores, que já sabiam das notícias. Para tanto, na década de 1990, o jornal prolongou os textos ao costurar temas relacionados e deu mais destaque às fotos e gráficos graças à compra de impressora que imprimia em cores e de maneira mais veloz. Em 2012, a regra foi sistematizar o uso do branco, trabalhar com templates pré-formatados, enriquecer o conteúdo com peças editoriais complementares às reportagens, publicar em cada página um elemento visual dominante, implantar novas famílias tipográficas, em especial uma sob medida para o jornal baseada no corte angular da letra “L” do logotipo, que permaneceu o mesmo e envolto em faixas com as cores da bandeira brasileira no topo da capa. Tal faixa, marca do *Globo*, foi incluída nas mudanças de 1995 comandadas pelo designer Milton Glaser.

Projetos gráficos apresentados, o trabalho parte para a análise dos cadernos de Economia separados para o estudo que compreendem os dias em que o jornal publicou material especial sobre as duas décadas de vigência do Real, moeda corrente no Brasil. O leitor tomará conhecimento de como o jornal aplica as regras estabelecidas pelo último redesenho de modo a deixar o noticiário de economia mais atraente não só em ocasiões de séries especiais, como a do Real, como nas páginas cotidianas, visto que nas edições selecionadas para análise as notícias factuais ganharam destaque em detrimento às da série.

São poucos os estudos e livros dedicados ao noticiário econômico na imprensa brasileira. Ainda mais raros são os que dedicam ao complemento dado pela parte gráfica a esse conteúdo. A produção jornalística de economia, nos trabalhos anteriores pesquisados para esta monografia, é citada em contextos históricos amplos, partem do estudo sobre colonistas ou é relacionada à trajetória de um veículo impresso. A presente pesquisa visa contribuir para ampliar a oferta de conhecimento sobre esse campo da comunicação. As próximas páginas, porém, não têm a pretensão de esgotar o assunto e sim de despertar o interesse por ele e expandir sua produção científica para que tenhamos e cobremos por informação jornalística de economia de qualidade que atenda aos anseios por uma sociedade mais justa.

## 2 JORNAIS: DO FORMATO DE LIVRO AOS CADERNOS TEMÁTICOS

*“Jornal é preto no branco”*  
(Amílcar de Castro)

O modo pelo qual os jornais impressos brasileiros hoje se apresentam, tanto na forma quanto no conteúdo, é fruto de transformações econômicas e culturais ocorridas no país e de influências de modelos estrangeiros. Ao ter em mãos a primeira página de um jornal, o leitor tem a atenção chamada pela manchete do dia ou pela foto em destaque. A edição da capa, ao levar em conta os elementos principais, apresenta critérios adquiridos somente na segunda metade do século passado. Até mesmo o estilo do texto, as técnicas empregadas e a profissionalização da carreira do jornalista se consolidam nesse período.

O discurso gráfico dos jornais contemporâneos causa “efeitos hipnóticos no consumidor” em uma época marcada pela comunicação visual (SILVA, 1985, p.30) – particularmente para o “cidadão-consumidor” do início do século XXI, quando se defronta com a obrigação de administrar um volume e uma diversidade de informações consideráveis numa circunstância de exposição e interação incomparáveis a quaisquer outros tempos (WOLTON, 2006, p.34). Para entender o percurso do desenvolvimento desse discurso, este capítulo se dedica às reformas gráficas dos anos 1950, que iniciaram um novo paradigma no jornalismo brasileiro.

A imprensa é uma instituição recente no Brasil se comparada às demais antigas colônias americanas. Trezentos anos depois de Johannes Gutenberg inventá-la, em 1456, a atividade só foi possível na então colônia portuguesa com a chegada da família real de Portugal, em 1808, fuga da invasão das tropas napoleônicas no país. A invenção de Gutenberg, inclusive, permitiu aos primeiros impressores o exercício do ofício de design gráfico. Segundo descreve Dondis (2003), o designer gráfico como conhecemos hoje data da Revolução Industrial do século XIX, em que as técnicas de impressão e confecção de papéis permitiram mais liberdade criativa nos textos e nas ilustrações. Séculos antes, o trabalho dos designers ia além da impressão: eles precisavam dominar a técnica de fundir os tipos, desenhá-los, construir prensas, comprar papel, escolher as tintas adequadas:

Ao longo dos séculos XVI e XVII, os impressores avançaram muito, aperfeiçoando constantemente seu ofício. Alguns deles tiveram seu trabalho imortalizado por seus *designers* de tipos, muitos dos quais ainda são usados hoje e continuam sendo identificados pelos nomes de seus criadores (...) - Bodoni, Garamond, Caslon - todos eles impressores que exerceram modestamente seu trabalho muito tempo atrás. (DONDIS, 2003, p.205-206)

De volta à trajetória histórica do jornalismo brasileiro, o historiador Nelson Werneck Sodré lembra que a imprensa surgiria “sob proteção oficial, mais do que isso: por iniciativa oficial” (SODRÉ, 1999, p.19). No mês de setembro do mesmo ano em que a corte de dom João chegara ao Rio de Janeiro, foi publicada a primeira edição da *Gazeta do Rio de Janeiro* sob a administração da Imprensa Régia. Três meses antes, contudo, fora lançado em Londres o primeiro número do *Correio Braziliense*, fundado pelo jornalista Hipólito da Costa. A razão dada por ele para publicar um periódico distante da colônia se devia à censura imposta pela metrópole que frustrava qualquer esforço de trabalhar com o prelo, a máquina de impressão tipográfica. Sodré lembra que não só a censura atrasou o surgimento da imprensa na colônia, mas também o cenário econômico e social caracterizado pelo escravismo dominante, “que era infenso à cultura e à nova técnica de sua difusão” (idem, p. 16).

Nesse primeiro momento, o caráter doutrinário e o engajamento ideológico dominam as publicações. O jornal de Hipólito da Costa representou, nas palavras da pesquisadora Isabel Lustosa, “longa doutrinação aos brasileiros e portugueses contra o Absolutismo, o obscurantismo e a corrupção”, sendo, assim, um esforço para levar adiante as ideias iluministas em expansão pelo território europeu (LUSTOSA, 2003, p.52). O formato do *Correio* lembrava o de um livro: cada edição tinha cerca de 100 páginas. O conteúdo era dividido em política, comércio e artes, literatura e ciências, correspondência e miscelânea. Nesta última, o jornalista expunha as ideias dele; nas seções anteriores, a publicação trazia documentos e notícias de gazetas internacionais, pelas quais os brasileiros puderam acompanhar o desenrolar das batalhas de Napoleão e a independência das colônias espanholas na América (idem, p.15-16). O cardápio de notícias servido por Hipólito da Costa se diferenciava daquele apresentado pela *Gazeta do Rio de Janeiro*, uma “espécie de folha oficial onde se publicavam os decretos e os fatos relacionados com a família real” e um noticiário internacional “anódino, com as informações filtradas pela rigorosa censura da Imprensa Régia de forma que nada que lembrasse o liberalismo ou revolução alcançasse as vistas sugestionáveis dos súditos da coroa portuguesa”, descreve Lustosa (idem, p.20). Os demais periódicos editados após a criação da *Gazeta* ainda teriam o caráter panfletário de discurso e engajamento políticos.

Na segunda fase, iniciada por volta de 1880, delimitada pelo historiador Juarez Bahia, a imprensa aos poucos se despe da “excelência do panfleto, da discussão desabrida, da polêmica em campo largo” (BAHIA, 1964, p.33) e se torna empreendimento mercantil. O jornal deixa de ser individual e artesanal e incorpora divisões de trabalho, inovações

mecânicas e visa à conquista de mercado. O contexto está relacionado ao desenvolvimento econômico, ao fim da escravidão, ao trabalho assalariado, à descentralização republicana e aos primeiros passos da industrialização.

(...) uma imprensa participante é chamada a ocupar lugar de fundamental influência no quadro da vida pública do país. A Abolição e a República criam novas perspectivas. Se no setor político a renovação de valores é legenda de ação, uma outra estrutura econômica é reivindicada. Compreendem os editores que o âmbito restrito estabelecido pelo jornalismo sem muitas pretensões, mais literário do que outra coisa, não atende às necessidades humanas, que se multiplicam. Aceitam, afinal, que a imprensa deve ser veículo de interesse público e não, exclusivamente, veículo de interesse individual. Ademais, a profissionalização também surge no cômputo dos novos valores... (BAHIA, 1964, p.45-46)

Na busca por melhoria de qualidade, o jornal aprimora recursos gráficos e as técnicas de distribuição, vide a transformação em um produto para o consumo das massas<sup>1</sup>. Embora não tivessem implementado regras estilísticas e de formatação que seriam vistas apenas na década de 1950, os jornais, ainda no fim do século XIX, apresentavam tamanho indefinido. As capas dos periódicos estampavam anúncios, os quais disputavam o espaço com as notícias internacionais. Os textos, inclusive, ainda continham traços literários e leitura pomposa. A publicação de folhetins era comum à época. As linhas reservadas às notícias traziam informações pessoais, vazias de interesse público:

O noticiário era redigido de forma difícil, empolado. O jornalismo ainda feito por literatos é confundido com literatura, e no pior sentido. As chamadas informações sociais – aniversários, casamentos, festas – aparecem em linguagem melosa e misturam-se com a correspondência de namorados, doestos a desafetos pessoais e a torva catilinária dos pedidos. (SODRÉ, 1999, p.283)

De maneira gradual, a generalização das relações capitalistas obrigaria os folhetins e os artigos políticos a darem espaço ao colunismo e à reportagem, que começariam a ser paginados nos jornais. Os responsáveis pelos textos deixariam de lado as colaborações assinadas para “se colocarem em condições de redigir objetivamente reportagens, entrevistas, notícias” (SODRÉ, 1999, p.297). Desde meados do século XIX, as revistas ilustradas, com destaque à *Semana Illustrada*, já se expandiam no esteio do desenvolvimento das artes

---

<sup>1</sup> Juarez Bahia, baseado na obra de Wilson Martins “A palavra escrita”, enumera quatro conquistas consideradas etapas básicas da transformação da tipografia em indústria. São as seguintes: a máquina de papel, de Louis Robert, em 1798; a prensa mecânica, de Frederico Konig, em 1812; a prensa rotativa, de Marinoni, em 1850; e a linotipo, de Mergenthaler, em 1885 (BAHIA, 1964, p.46).

gráficas, que possibilitaria a impressão de desenhos e fotografias aliada à maior velocidade. Conhecidas também como folhas ilustradas, elas foram o “celeiro e campo de trabalho para toda uma geração de artistas” dispostos a pôr em prática técnicas gráficas e narrativas visuais utilizadas em países europeus (ARAGÃO JÚNIOR, 2002, p.67). A distribuição dessas revistas dava-se pelo sistema de assinaturas, e a produção, pelo processo de litografia<sup>2</sup>.

Os jornais sofreriam mudanças na organização empresarial e teriam uma nova configuração somente a partir da década de 1920. A imparcialidade defendida nos periódicos passa a tomar corpo, o que contribuiu para o estabelecimento de colunas fixas destinadas a informações e a opiniões, e a edição passa a privilegiar as notícias, com destaque para o noticiário policial. Já a “preocupação maior de atingir universo significativo, vasto e heterogêneo de leitores” (BARBOSA, 2007, p.48), leva os jornais a se dedicarem também a escândalos, charges, palpites do jogo do bicho e a notícias carnavalescas. Nesse período de um novo jornalismo incipiente no Brasil ocorre a instalação de agências de notícia e de publicidade. Vale destacar que o desenvolvimento urbano, divisões políticas e avanços tecnológicos contribuíram para o reaparelhamento das oficinas gráficas, e a especialização da imprensa. O Brasil assiste à proliferação de títulos e ao aparecimento do primeiro conglomerado de mídia brasileiro, o grupo Diários Associados, do jornalista Assis Chateaubriand (BARBOSA, 2007, p.58); *O Jornal* seria o “primeiro de uma série de diários que ia gerar filhotes por todos os cantos do país”, recorda o escritor Fernando Morais (1994, p.140), biógrafo do empresário. A concentração de grandes corporações só viria acentuar-se a partir de então pela aglomeração de jornais, revistas e emissoras de rádio e televisão. “A época é das grandes corporações”, observa Nelson Werneck Sodré, “que manipulam a opinião, conduzem as preferências, mobilizam os sentimentos” (1999, p.388-389). O fenômeno apontado pelo autor só reduziria a multiplicação das empresas jornalísticas num contexto em que elas adquirem outra dimensão e complexidade, que exigiriam dos proprietários vultoso investimento:

No Brasil, por isso, desapareceu a pequena imprensa; só a grande existe. Não há novos jornais; o que há, e raramente, é a compra dos já existentes; o que acontece, na normalidade dos casos, nem é a compra do jornal, mas a da sua opinião. Não seria fácil, hoje, fazer um novo jornal: as relações capitalistas,

---

<sup>2</sup> Na análise de Walter Benjamin, com “a litografia, as técnicas de reprodução marcaram um progresso decisivo. Esse processo, muito mais fiel – que submete o desenho à pedra calcária, em vez de entalhá-lo na madeira ou de gravá-lo no metal – permite pela primeira vez às artes gráficas não apenas entregar-se ao comércio das reproduções em série, mas produzir, diariamente, obras novas. Assim, doravante, pôde o desenho ilustrar a atualidade cotidiana. E nisso ele tornou-se colaborador íntimo da imprensa” (apud ARAGÃO JÚNIOR, 2002, p.69).

nesse campo, estão acabadas, amplas, imperiosas, dominadoras. (SODRÉ, 1999, p.389)

Nos decênios subsequentes a imprensa brasileira incorporaria processos norte-americanos e aprimoraria as atividades, e é na década de 1950 que ela se submeteria a reformas na impressão, formato e estilo de texto. Nessa fase torna-se necessária uma contextualização detalhada por representar transformações basilares, as quais resultaram na maneira de como os impressos hoje chegam ao leitorado.

## **2.1 Década de 1950: a funcionalidade através da estética**

Para a compreensão das transformações na imprensa nativa, é indispensável para este estudo expor as condições políticas e culturais pelas quais o Brasil se deparou na década de 1950. Nesses anos, o país vivia um período constitucional e democrático, ou seja, o ambiente era propício para a modernização e expansão dos jornais. Pouco tempo antes, a imprensa sofria o controle do Estado por meio do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP), órgão da ditadura Vargas responsável, entre outras tarefas, de censurar as redações e emitir listagens de “assuntos proibidos”: fatos de oposição ao regime e problemas na economia, por exemplo (RIBEIRO, 2007, p.43-44).

A extinção do DIP levou ao fim da censura e controle dos órgãos de imprensa e proporcionou o desenvolvimento das publicações de esquerda e de direita, esta favorecida pelo aumento de tiragem devido ao crescimento do noticiário político (idem, p.45). Washington Lessa, ao estudar as reformas nos jornais da época, pontuou que as medidas de Vargas no plano da infraestrutura no fomento do setor fabril no país, por outro lado, até a industrialização desenvolvimentista, marca do governo de Juscelino Kubitschek, foram fatores econômicos favorecedores dessas transformações (LESSA, 1995, p.37).

Além da industrialização e do crescimento econômico, o aumento demográfico e de instrução da população brasileira impulsionaram as mudanças. A pesquisadora Ana Paula Goulart Ribeiro lembra que a expansão do mercado interno permitiu o desenvolvimento da publicidade e, por conseguinte, de outros órgãos de comunicação. E mesmo com “o desenvolvimento do rádio e o aparecimento da televisão, a imprensa continuou a ser – até, pelo menos, o final dos anos 1960 – o veículo preferido dos anunciantes” (RIBEIRO, 2007, p.48). Sobre a concorrência entre os impressos e os meios eletrônicos, Juarez Bahia assinala que jornais e revistas encontraram fórmulas para competir com o mercado da era eletrônica, e



elas caminham em direção da qualidade do produto cujos parâmetros resultavam em “altas taxas de credibilidade” (BAHIA, 1990, p.68). A fórmula citada se baseava em aprofundar o noticiário e apresentar legibilidade e senso de prioridade na escolha das notícias para expor no cardápio da primeira página. Nesse cenário, a televisão, “ágil e impactante”, atua como “mera garota-propaganda dos meios impressos, porque é no jornal e na revista que o leitor vai encontrar os detalhes perdidos no vídeo” (idem, p.69).

A análise de Juarez Bahia converge com a do jornalista Alberto Dines. A televisão obrigou o jornal a ser seletivo e a abandonar a “tendência quantitativa” marcada pela “falta de critério que jogava os chefes de reportagem numa emulação de cobrir tudo, sem avaliar a importância e o peso do acontecimento” (DINES, 1986, p.71). A melhoria do visual e a organização do conteúdo atenderiam à necessidade de um jornalismo mais analítico a partir dos fatos iniciais que a televisão noticiasse.

## 2.2 A cultura em ebulição

Quando se trata do cenário cultural brasileiro, nota-se a influência de movimentos artísticos movidos no projeto de modernização e desenvolvimento que pairava no imaginário do país. Em um ambiente de ideias e opiniões em confronto havia um “clima de debate intelectual e artístico extremamente estimulante” (RIBEIRO, 2007, p.50).

Nos idos da década de 1950, na música, surgia a Bossa Nova; no cinema, vivia-se a era das chanchadas, e logo os brasileiros conheceriam o Cinema Novo; na literatura despontavam os autores Guimarães Rosa, na prosa, e Carlos Drummond de Andrade e João Cabral de Melo Neto, na poesia. Nesse contexto, o movimento mais influente na imprensa e na modernização dela residia nas artes plásticas: o concretismo e o neoconcretismo. Em 1951, iniciavam as primeiras manifestações da arte concreta cujos artistas Ivan Serpa e Almir Marvigner apresentavam uma arte ligada ao obstracionismo geométrico (idem, p.51). O movimento oficial do concretismo no Brasil tem como marco a Exposição de Arte Concreta, em dezembro de 1956. De uma divergência entre artistas paulistas e cariocas<sup>3</sup> nasce três anos depois o neoconcretismo a partir de manifesto publicado no *Jornal do Brasil* (JB). Parte dos autores do documento – Ferreira Gullar, Reynaldo Jardim e Amílcar de Castro – trabalhava no JB e traria para a reforma do jornal as ideias neoconcretas, o que tornaria “um espaço de experimentação estética e locus de afirmação do movimento” (idem, p.53).

---

<sup>3</sup> De acordo com Ana Paula Goulart Ribeiro (2007, p.51-52), o grupo paulista era “preocupado com a dinâmica visual e com os efeitos da construção seriada, e o grupo carioca, menos preso a códigos estéticos rígidos”.

Segundo Lessa, as vanguardas construtivas representavam uma das vertentes de constituição do design moderno:

No contexto político-econômico dos anos 50 esta posição naturalmente ganha colorido nacional-desenvolvimentista: por ser parte da implantação da economia industrial, o design é visto como mais um fator de modernização e superação do subdesenvolvimento. Décio Pignatari, em particular, atualiza a questão da integração da arte à vida através da glorificação da vitalidade ianque e da sociedade do consumo como paraíso industrial. (LESSA, 1995, p.41)

“A vitalidade ianque” e a sociedade de consumo listadas por Pignatari denotam o protagonismo que os Estados Unidos assumiram no ideal de modernidade e progresso na década de 1950. A sociedade norte-americana substituiria a francesa no exercício de fascínio (RIBEIRO, 2007, p.53). Até a metade do século XX os jornais brasileiros se assemelhavam ao modelo francês de então, cuja escrita se aproximava da técnica literária. A similaridade encontrava-se também no aspecto visual: excessos de títulos e inexistência de hierarquia no material. Tais características seriam rompidas na concepção de design adotado nos anos 1950 (idem, p.33-34).

As reformas gráficas dos jornais cariocas (principalmente a do *JB* e da *UH* [*Última Hora*]) impuseram um estilo mais ordenado. As manchetes e títulos passaram a ser padronizadas e a ter uma coerência interna. Recursos editoriais e formais, típicos de revistas, passaram a ser utilizados nos jornais diários. Subtítulos, entretítulos, boxes, textos complementares movimentavam e embelezavam as páginas, tornando a sua leitura mais agradável.

Foi nesse momento que nasceu o conceito de primeira página como vitrine, como uma espécie de “cardápio atraente” de tudo o que estava no interior do jornal. (...) essas eram algumas máximas do jornalismo carioca, que passou a adotar como um valor estético o princípio da funcionalidade. (RIBEIRO, 2007, p.34)

Os periódicos norte-americanos tornaram-se modelos para os brasileiros e a influência seria vista no texto, na diagramação e até mesmo na administração da empresa. Para Ribeiro, aderir aos padrões norte-americanos representava a inserção na modernidade, o que no contexto dos anos 1950 “significava conferir ao campo jornalístico um capital simbólico sem precedentes” (2007, p.56).

Essa transformação é descrita pelo historiador Juarez Bahia por uma busca, por parte da imprensa, a uma unidade, legibilidade e identidade do texto por meio do estilo do jornalismo do pós-guerra, iniciado nos Estados Unidos e depois em outros países:

Fixam-se então normas de redação, regras de produção gráfica e parâmetros de escrita e composição tipográfica. O copidesque interfere na estrutura da redação para evitar incorreções ou improbidades. Os manuais de estilo e usos de linguagem orientam repórteres, redatores, pessoal de arte, revisores e gráfico. No começo parecem pretensiosos, mas logo se justificam como diques às tendências prolixas, rebuscadas e afetadas do texto. (BAHIA, 1990, p.85-86)

A introdução de textos mais simples e em formato que favorece ao leitor se informar sobre o mais importante se justifica nas transformações políticas e culturais, nas exigências dos consumidores, expansão do rádio e de novas tecnologias nos setores produtivos (BAHIA, 1990, p. 86). Exemplos dessas transformações serão apresentados a seguir na descrição das reformas nos impressos.

### 2.3 Reforma do *JB*: marco no jornalismo

A nova roupagem do *Jornal do Brasil* depois da reforma implantada após 1956 evidencia o papel estruturador que o raciocínio gráfico teve dentro do jornalismo, nas palavras de Washington Lessa (2007, p.17). A mudança foi dividida pelo pesquisador em três etapas: de 1956, quando é criada uma página feminina, embrião do “Suplemento Dominical”, até 1959, quando se iniciam mudanças radicais; de 1958 a 1961 com Júlio de Freitas na chefia de redação, temporada de maior experimentação; e a partir desse ano, com Alberto Dines na chefia, que consolidou a reforma.

Entre a década de 1920 e o início da de 1950, sob a direção do conde Ernesto Pereira Carneiro, o jornal se volta à publicação de anúncios e deixa o conteúdo jornalístico em segundo plano. O “jornal das cozinheiras”<sup>4</sup>, assim apelidado o *JB*, dá os primeiros passos para a reforma em 1954, quando a condessa Pereira Carneiro assume a direção após a morte do marido. O ponto inicial fora a criação de uma página feminina sobre cultura, sugestão do poeta Reynaldo Jardim, ligado às questões gráficas e que buscou soluções gráfico-editoriais inspirado no movimento concretista junto a Amílcar de Castro (idem, p.22). Em virtude do êxito alcançado pelo espaço, ele se ampliou e resultou no caderno cultural “Suplemento Dominical do Jornal do Brasil” (*SDJB*). No final de 1956, Odylo Costa, filho, assume a chefia de redação e passa a se responsabilizar pela promoção da reforma.

---

<sup>4</sup> O *JB* era assim conhecido devido aos classificados da primeira página. Entre os anúncios havia ofertas de emprego, que, segundo Lessa, eram dirigidas a esse segmento de leitoras (LESSA, 1995, p.19).

A mudança começou com a reestruturação da equipe e envolveu demissões e contratações. Os novos jornalistas eram egressos da *Tribuna da Imprensa* e do *Diário Carioca*<sup>5</sup>. A organização da redação tomou os contornos atuais, dividida por setores, as atuais editorias. O cargo de chefe de reportagem e o copidesque, onde trabalhavam os redatores, são também criados neste tempo.

Em 1957, o escultor e artista Amílcar de Castro é contratado pelo *JB* para dirigir o aspecto gráfico. A primeira medida do artista foi a introdução da lauda marcada para contagem do texto e a compra da fonte tipográfica Bodoni. No papel, inicia-se aos poucos a limpeza da página: ele elimina os títulos em negativo e grisé, vinhetas e fios<sup>6</sup>. O objetivo era o de propiciar maior funcionalidade para a leitura, mas também simplificar a produção (LESSA, 1995, p.21).

No campo gráfico, a paginação vertical seguiria a proposta de leitura “da esquerda para a direita e de cima para baixo”, própria dos jornais de página grade. Esta medida está ligada ao conceito de zonas de visualização da página impressa (ver Anexo 1). As zonas demarcadas se baseiam no movimento ótico e no condicionamento ocidental de leitura, da esquerda para a direita, segundo explica o designer Edmund C. Arnold (apud SILVA, 1985, p.47). Elas se dividem em zona primária, na qual se coloca o elemento para atrair a atenção dos leitores; e zona secundária, no campo inferior direito, para aonde os olhos se deslocam, passando pelas zonas mortas e pelo centro ótico, acima do geométrico. As zonas mortas e o centro ótico da página a diagramação deve preencher “com elementos de grande atração visual, proporcionando e conduzindo a leitura de forma confortável e ao mesmo tempo rápida” (idem, p.48).

A mudança pioneira na primeira página do *JB*, que estampava os classificados e poucas manchetes no topo, ocorre quando da publicação, em fevereiro de 1957, de uma foto centralizada abaixo das manchetes. A foto passaria a ser presença constante na primeira página. As medidas das fotos variavam, bem como a disposição delas, ladeadas ou não por classificados ou separadas pelas manchetes. A alteração radical ocorreu em junho de 1959, em que a capa do *JB* apresentou manchetes, fotos e textos, e os classificados dispostos em

---

<sup>5</sup> A *Tribuna* era conhecida pelo estilo agressivo da reportagem, enquanto o *Diário* já apresenta um novo estilo de jornalismo ao introduzir a pirâmide invertida (ver nota 9) em 1951. Com a prospecção de profissionais de ambos os periódicos, o *JB* mais tarde apresentaria um texto que lembrava o do *Diário* (LESSA, 1995, p.20-21).

<sup>6</sup> Grisé é um tipo de clichê ou gravura com traços paralelos para sobrepor em títulos e outros elementos gráficos para obterem mais tonalidade após impressos; a vinheta é um ornamento de arranjos gráficos, e os fios, lâminas de metal para formar filetes em volta de uma composição gráfica, quanto para separá-las por colunas (SILVA, 1985, p.140-143)

formato de “L” por sugestão de Amílcar (LESSA, 1995, p.28) em leiaute assimétrico<sup>7</sup>. É nessa época também que surge novo conceito de fotojornalismo em decorrência do uso da câmera de formato 135, que proporcionava ao fotógrafo agilidade para registros instantâneos e “abordagens mais naturalistas, com o repórter intervindo menos na cena, sendo menos intrusivo e mais discreto” (RIBEIRO, 2007, p.34). A fotografia deixava, assim, de ser adereço figurativo: ela passava a ter também o papel informativo sem retoques devido à objetividade que se pretendia imprimir.

Antes de a primeira página ser renovada, novas experimentações apareceram nas páginas do *SDJB* representadas pelo novo logotipo e por mais liberdade nas titulações. Ademais, o setor de esporte com Jânio de Freitas e Carlos Lemos no comando se reformou para além da remoção dos fios, e entrou em campo o princípio do equilíbrio na distribuição de textos e fotos nas páginas (LESSA, 1995, p.27):

Jânio, que dominava a paginação, busca desenvolver os novos raciocínios gráficos praticados e colocados em circulação por Amílcar. Por exemplo a interdependência das massas de texto e fotos na composição de uma página de equilíbrio assimétrico, fotos em colocações pouco usuais funcionando como elementos de balanço, tudo isso caracterizando desenhos “de estilo Mondrian”<sup>8</sup>. (LESSA, 1995, p.27)

A produção noticiosa passa por alteração também durante a reforma. A introdução do teletipo, do telex e da máquina fotográfica, além da implantação do estágio de repórteres no copidesque e a redação deles em pirâmide invertida<sup>9</sup>. A edição ganha novos suplementos e há a racionalização do fechamento das páginas devido ao limite do horário na oficina. O texto das notícias na primeira página se apresentavam como “super-lead”, sem redundâncias com a continuação no interior do jornal. Para Lessa, no aspecto gráfico, o JB firma “o princípio de

<sup>7</sup> O estilo assimétrico, explica Rafael Souza Silva (1985, p.51), se baseia na “utilização de coordenadas mistas (horizontais e verticais simultaneamente), provocando grande valorização estética, com a utilização do espaço em branco de forma adequada”. O simétrico, por sua vez, dispõe títulos, textos, ilustrações etc. de forma homogênea com coordenadas horizontais ou verticais.

<sup>8</sup> O estilo Mondrian é descrito por Lessa (1995, p.54-56) como a “distribuição balanceada das massas de fotos e preenchimento posterior dos vazios com texto, ou vice-versa (...); potencialização da fotografia como foco de interesse gráfico; dinamização das massas através da contraposição de blocos de chamadas e de textos, diferenciados através de corpo, entrelinha, peso, criando texturas diferentes, conscientemente usadas como contrastes gráficos etc”.

<sup>9</sup> No estilo da pirâmide invertida os fatos principais “são expostos no primeiro parágrafo – o *lead* –, oferecendo um resumo. O *lead* pode ser definido como ‘o parágrafo sintético, vivo, leve com o que se inicia a notícia, na tentativa de prender a atenção do leitor’”. A sequência por essa técnica de apresentação consiste na “a) entrada ou fatos culminantes, b) fatos importantes ligados à entrada, c) pormenores interessantes e d) detalhes dispensáveis”. (ERBOLATO, 2008, p.66-67)

subordinação do texto da notícia ao desenho da página” (LESSA, 1995, p.30). Após a primeira fase ter sido marcada pela experimentação de leiautes que garantissem a limpeza e organização funcional de leitura, a segunda concretizou o repertório de desenhos de páginas escolhido para as matérias, que determinava o tamanho final do texto.

O poeta concretista Décio Pignatari destaca o uso pioneiro dos espaços em branco e o diálogo estabelecido por eles com os demais elementos da página:

A diagramação passou a ser programação visual. Ou seja, ela passou a ser escritura. Você começava a escrever e perceber que você criava uma nova forma de ideograma na diagramação. Era curioso porque usava muito o branco do papel. Tal como a poesia concreta que se você fosse fazer uma proporção entre o espaço em branco e o número de palavras, o espaço em branco era sempre muito maior. O espaço em branco não era simplesmente passivo suporte. Ele passou a ser ativo. Ele passou a dialogar com a própria figura ou texto no qual estava metido. (apud FERREIRA JUNIOR, 2003, p.67)

O espaço em branco, na observação de Lessa, potencializou plasticamente as massas de texto, fotos e títulos ao reagir mediante tais elementos e deixou de desempenhar funções limitadas como fundo de “figuras jornalísticas ou moldura de informação” (1995, p.48). Os espaços permitiram a colunagem especial de textos, o desenho de formas estruturadas etc.

#### **2.4 O apelo visual do *Última Hora* e do *Jornal da Tarde***

Se no JB a reforma está ligada a Amílcar de Castro, no jornal carioca *Última Hora* (UH) as técnicas de produção e as inovações gráficas estão centradas na figura do cartunista paraguaio Andrés Guevara. Contratado pelo dono do jornal, Samuel Wainer, Guevara singularizou o UH ao desenhar-lhe logotipo em letras azuis e ao ressaltar “graficamente as seções temáticas originais que surgiam do projeto editorial da publicação” (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.65). O jornal começou a circular em 1951 sob a linha editorial popular e tratava dos temas “habitualmente desprezados pela imprensa, como esporte e polícia” (CASTRO, 2009, p.9). A estratégia de dirigir-se a esse público se relacionava com o propósito de a publicação apoiar a política trabalhista de Getúlio Vargas, ao contrário dos demais jornais que se opuseram ao governo. O apoio rendeu a Wainer “vultosos e rápidos créditos”, na análise de Sodré, que o viabilizou investir na equipe de renome para o UH. “Vargas julgou que esse caminho (...) lhe permitia ter pelo menos um órgão oficioso de base popular, capaz de permitir-lhe enfrentar a maciça frente dos jornais controlados pelas agências estrangeiras de publicidade” (SODRÉ, 1999, p.398-399).

Andrés Guevara implantou métodos que reduziram os gastos com matéria-prima e aceleraram o ritmo do fechamento. A adoção de folhas de espelho disciplinou os repórteres a escreverem no limite calculado previamente, e a paginação passou a ser organizada na redação e não mais na oficina (CASTRO, 2009, p.10). A medida também impediu erros e cortes nos textos depois da montagem do clichê de impressão. O impacto visual das capas do *UH* é outra inovação creditada ao cartunista paraguaio. Marca de um jornalismo popular, as imagens – e caricaturas e charges no miolo do jornal – ganharam destaque, bem como as manchetes, além do citado logotipo azul através do qual os leitores identificavam o jornal.

O formato do *UH*, segundo Castro, era composto por oito colunas e utilizava a coluna falsa, de maior ou menor largura em comparação às demais, cuja função era distribuir de modo uniforme os textos, dispostos no sentido vertical. Ao contrário do comum, as matérias e títulos eram formatados entre uma e quatro colunas, e o projeto gráfico previa o uso excessivo de grisés, setas e fios para separar colunas e boxes; caixas pretas com letras em negativo<sup>10</sup> e a combinação de tipos serifados e não-serifados<sup>11</sup> (idem, p.10-11). Percebe-se que Guevara seguiu a direção oposta, em termos gráficos, da reforma aplicada no *JB*.

Os leitores paulistanos também acompanharam reformas nos jornais da cidade. *O Estado de São Paulo*, sob o comando de Cláudio Abramo, iniciou nos anos 1950 o processo de racionalização do trabalho nas oficinas e planejou as operações na redação (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.70). Os procedimentos envolveram a incorporação de diagramadores no quadro do jornal e o cálculo dos espaços predeterminados para textos e fotos. No Grupo Folha, as mudanças gerenciais e gráficas foram capitaneadas por Nabantino Ramos, em 1959. A reforma se adequara à indústria cultural, segundo Jorge Claudio Ribeiro (apud FERREIRA JUNIOR, 2003, p.72), e o jornal tinha como alvo a segmentação ao criar novos cadernos e “vender-se a si mesmo, publicando-se chamadas na primeira página – a qual até então publicava reportagens inteiras”.

A partir de 1962 a *Folha* centraliza a operação: a *Folha da Manhã*, a *Folha da Tarde* e a *Folha da Noite* passam a se intitular *Folha de S.Paulo*, em três edições diárias. Cláudio Abramo relata que na época o jornal foi cauteloso com a ditadura militar, sem provocá-la, por não ter condições de resistir a pressões do regime (idem, p.73). Criou-se então o núcleo

---

<sup>10</sup> As letras eram impressas na cor do papel (idem, p.11)

<sup>11</sup> “Serifa é um pequeno acabamento que se estende nas terminações das hastes dos caracteres” (PEREIRA, 2007, p.12)

policial da Agência Folha, em 1965, cuja equipe mais tarde integraria a *Folha da Tarde*. Em reação ao concorrente, o Grupo Estado lança o vespertino *Jornal da Tarde (JT)* em 1966.

O *JT* inovou na estrutura gráfica. O referencial foi importado de periódicos no exterior, caso do vespertino francês *France Soir* (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.75).

No *JT*, os pilares criativos evidenciam-se nas capas, intituladas históricas pelo próprio jornal, nas quais aparece uma clara interface daquilo que se entende como uma primeira página de jornal e o estilo consagrado do cartaz, mais especificamente o cartaz publicitário, não ficando, é óbvio, distante da representação gráfica encontrada nas revistas ilustradas. (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.76)

O estilo “capa-cartaz” (idem, p.77) persistiria e se incorporaria à chegada da cor aos jornais. José Ferreira Junior lembra que o *JT* “buscava dilatar a planaridade do suporte da linguagem” pela fotografia e “composição inquietante”, sem abandonar a assimetria desde a primeira capa (2003, p.93); quando esta trazia apenas uma imagem, rompia com qualquer ordenação e destituía “qualquer compromisso seqüencial cotidiano” (idem, p.100).

Para Rafael Souza Silva, o *JT* “quebrou tabus” ao adotar o estilo de revista e inspirou a criação de “cadernos modernos especiais” no *JB*, *Folha* e em *O Globo*. “Esses variantes servem como válvulas de escape diante do rigor gráfico padronizado dos primeiros cadernos desses jornais, de conteúdo mais sério” (SILVA, 1985, p.52-53). A identidade visual do *JT* perdura nas décadas de 1970 e 1980; a partir desta, as redações começam a se informatizar e aperfeiçoar a qualidade técnica e de impressão, e os jornais, ao ser impresso em cores, se tornam cada vez mais parecidos com revistas e a televisão, mesmo os mais conservadores nos padrões de apresentação visual como *O Globo* e *O Estado de São Paulo* (FERREIRA JUNIOR, 2003, p.78). O caso do primeiro periódico exemplificado será estudado mais a fundo com o foco na mais recente reforma gráfica implantada em meados de 2012; antes, o estudo dedicará algumas linhas à história do diário carioca.



### 3 O GLOBO: VESPERTINO NASCIDO DO VOTO POPULAR

*“Jornal diário é uma Gestalt”*  
(Alberto Dines)

O jornal *O Globo* pertence à Infoglobo, uma das oito empresas que compõem o Grupo Globo<sup>12</sup>. A Infoglobo publica também o jornal *Extra*, criado em 1998 em formato standart, assim como o veículo nonagenário, mas voltado para as classes B e C, e o tablóide *Expresso*, lançado oito anos mais tarde para atender aos leitores das classes C e D. Sob a responsabilidade da empresa estão os sites e os aplicativos desenvolvidos para celulares do *Globo* e *Extra* e a Agência O Globo, que comercializa os conteúdos produzidos por aqueles veículos para a imprensa em geral<sup>13</sup>.

A Infoglobo, inclusive, através de uma *joint-venture* entre os grupos Folha e Globo, publica o jornal *Valor Econômico*. O projeto fora anunciado em 1999, e a primeira edição lançada em maio de 2000 a fim de conquistar o potencial mercado da época e competir com a *Gazeta Mercantil*, líder do setor à época, ainda que em crise (LINS DA SILVA, 2012, p.33).

Dados recentes apontam a classe A (16%) e B (57%) o público consumidor do *Globo*, formado por 51% de leitores do gênero feminino e de formação superior (48%). A faixa etária mais numerosa de consumidores é a de 60 anos ou mais (23%) e depois do público entre 30 e 39 anos de idade (19%). Nesse estrato de leitorado, o Instituto Verificador de Comunicação (IVC)<sup>14</sup> aponta que o jornal figura na liderança do mercado carioca ao colocar em circulação de segunda a sábado 342.320 exemplares e, ao domingos, 427.750 unidades<sup>15</sup>. De acordo com

---

<sup>12</sup> Antes chamado de Organizações Globo, o grupo mudou de nome em agosto de 2014 com o objetivo de “estimular a cooperação e o alinhamento entre elas [as empresas], olhando para o público de forma mais abrangente, para além das diferentes plataformas em que cada uma atua”. Disponível em: <[http://grupoglobo.globo.com/pdf/Marca\\_Grupo\\_Globo\\_substitui\\_Organizações\\_Globo\\_Comunicados.pdf](http://grupoglobo.globo.com/pdf/Marca_Grupo_Globo_substitui_Organiza%C3%A7%C3%B5es_Globo_Comunicados.pdf)>. Acesso em: nov. 2014.

<sup>13</sup> Além da Infoglobo, o Grupo Globo reúne o Sistema Globo de Rádio, TV Globo, Editora Globo, Som Livre, Globosat, Globo.com e Zap. Em entrevista publicada no jornal interno da Infoglobo, João Roberto Marinho, um dos acionistas, explicou que, não obstante o intercâmbio de experiências entre as empresas, a autonomia de cada uma seria mantida. As companhias seguiriam a visão, missão e princípios revistos e divulgados em documento intitulado “Essência Globo” (**Integração é a marca**. Nosso Planeta, Rio de Janeiro, out. 2014. Especial Essência Globo, p.8).

<sup>14</sup> Antes Instituto Verificador de Circulação. O órgão alterou o nome em 2015 para reposicionar a marca em meio a novos serviços de aferição de audiência on-line, para web, mobile e aplicativos. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2015/03/10/Meio-digital-estabiliza-jornais-em-2014.html>>. Acesso em mar. 2015.

<sup>15</sup> Disponível em: < <https://www.infoglobo.com.br/Anuncie/ProdutosDetalhe.aspx?IdProduto=91>>. Acesso em: nov. 2014.

a pesquisa de 2013 da Agência Nacional de Jornais (ANJ), o *Globo*, pela média de circulação, está em terceiro lugar no ranking nacional, atrás da tiragem de 302.472 do diário mineiro *Super Notícia*, em primeira colocação, seguido pelo paulistano *Folha de S.Paulo* com 294.811 exemplares rodados por dia<sup>16</sup>.

Quando se trata de internet, o endereço virtual do veículo surgiu em 1996 nomeado “O Globo ON”, e dez anos depois lançaria a edição em versão digital e, em 2007, para celular<sup>17</sup>. O site seria repaginado em 2012 – e dois anos mais tarde –, acompanhado de novo projeto gráfico desenhado para on-line e o impresso, o segundo após a reforma de 1995. Naquela década, o jornal fixou o logotipo sobre as cores azul, amarela e verde da bandeira nacional, que o caracterizam até hoje, no topo da primeira página.

As páginas de *O Globo* chegaram às mãos dos cariocas pela primeira vez às 18 horas de 29 de julho de 1925. Esse seria o segundo jornal de propriedade de Irineu Marinho; antes ele era sócio do vespertino *A Noite*, lançado em 1911. Segundo a versão da família, o jornalista se sentiu traído pelo sócio, Geraldo Rocha, para quem vendeu a parte das ações que lhe cabia, com o compromisso de reavê-las, antes de viajar para tratamento de saúde na Europa. Em virtude do descumprimento do trato ao retornar de viagem, Irineu deixa *A Noite* e, em menos de cinco meses, lança o *Globo* ao lado de 33 profissionais que o acompanharam da redação anterior. No primeiro dia de circulação, o jornal foi publicado em duas edições que totalizaram 33.435 exemplares (CARVALHO, 2012, p.201).

Situado no prédio do Liceu de Artes e Ofícios, no Largo da Carioca, a redação se instalou em meio ao mobiliário deixado pela Companhia de Seguros Sul América, ocupante precedente do espaço (idem, p.205). A pesquisadora Maria Alice Rezende de Carvalho (2012) conta que o lançamento do novo jornal estava longe de ser uma surpresa no Rio. Um aparato propagandístico se incumbiu de preparar a cidade para a primeira edição do veículo:

Alguns dias antes de seu lançamento, foram publicados e distribuídos dois boletins: um com a informação completa do jogo de futebol Paulistano x Fluminense, realizado no estádio de Laranjeiras; e outro, o “Boletim Gratuito de O Globo”, que noticiava o batismo de suas novas instalações. Outros métodos de propaganda do novo jornal foram a transmissão de notícias e concertos de música popular pela Rádio-Sociedade Do Rio de Janeiro e pela Rádio-Club; e a composição de um foxtrote, intitulado “O Globo”, cuja partitura foi impressa aos milhares e distribuída em toda a cidade. (CARVALHO, 2012, p.205)

<sup>16</sup> Disponível em: <<http://www.anj.org.br/maiores-jornais-do-brasil>>. Acesso em: nov. 2014.

<sup>17</sup> Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/o-globo-na-rede-9200005>>. Acesso em: nov. 2014.

O próprio nome do jornal foi escolhido por uma campanha popular, iniciativa que era marca de Irineu Marinho quando ele dava expediente em *A Noite*. Sem um jornal para divulgar o concurso, ele contou com a atitude do jornalista e empresário Assis Chateaubriand ao anunciar a competição nas páginas de *O Jornal*. Chatô ordenara a difusão “por meio de reportagens diárias – intituladas ‘Um bom nome para um bom jornal’ – a promoção que iria escolher o título do novo vespertino” (MORAIS, 1994, p.152). O nome campeão foi o *Correio da Noite*, indisponível, contudo. Por conseguinte, a escolha se voltou para o título vice-líder, *O Globo*.

Irineu Marinho morreria cerca de vinte dias depois de colocar nas bancas *O Globo*, cuja redação serviu para o próprio velório. Ele faleceu em casa, no bairro da Tijuca, enquanto se tratava de dores provocadas por pedra nos rins, e deixou a esposa e cinco filhos, entre eles Roberto Marinho, secretário particular do pai no jornal (CARVALHO, 2012, p.208). Ele só tomaria a frente da empresa aos 26 anos de idade, mais de meia década após a morte de Irineu, tempo em que ele se ocupou em aprender os ofícios do jornalismo e as etapas de produção do jornal<sup>18</sup>.

Biógrafo de Roberto Marinho, o jornalista Pedro Bial (2004) credita o sucesso de *O Globo* à vendagem nos fins de tarde. Ele escreve que o jornal desempenhava o papel que anos depois o rádio e a televisão teriam. “A ideia”, conta Bial, “era fazer o sujeito levar para a casa, debaixo do braço, as notícias do dia seguinte” (2004, p.55). O noticiário quente do *Globo* se posicionaria na liderança dos vespertinos e, assim, desbancaria *A Noite* só no final da década de 1940. No decênio anterior, a estratégia do *Globo* de soltar edições às 11, 12, 13, 14 e 15 horas deixava *A Noite*, que circulava entre as 17 e 18 horas, obsoleta (idem, p.121).

Somente na década de 1970, quando também adota o processo de impressão offset<sup>19</sup>, *O Globo* se tornaria matutino, embora rodasse o primeiro clichê às 11 horas da manhã, a despeito do horário de pico de audiência ser registrado às 18 horas. Em 1937, o periódico já lançava edições experimentais com o nome do jornal sobreposto pela palavra “Matutino” (idem, p.129). O processo foi gradual até adotar o slogan “Antes de o sol nascer”, usado no lançamento da primeira edição do jornal rodada num domingo. Segundo o historiador Juarez Bahia, a televisão tirou a influência dos vespertinos – predominante entre os anos 1940-1960

---

<sup>18</sup> Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/roberto-marinho-na-direccedilatildeo-9519686>>. Acesso em: nov. 2014

<sup>19</sup> “Sistema de impressão em que a tinta passa indiretamente para o papel por meio de cilindro recoberto por uma borracha. Baseado no mesmo princípio que litogravura” (SILVA, 1985, p.142).

no mercado brasileiro –, inviáveis industrial e culturalmente na sociedade do pós-guerra; o público, que antes buscava neles as últimas notícias do dia, encontrava-se no trânsito a caminho de casa para depois se informarem pela televisão ou pelo rádio (BAHIA, 1990, p.77-80). A renovação editorial dos matutinos e a empresa jornalística em processo de concentração também contribuíram para a queda dos vespertinos, marcados pela influência no fim do século XIX.

Com o rádio, a televisão, o cinema e os subprodutos de consumo cultural, com a transformação que se opera nos hábitos da comunidade – dividida nos limites do desconforto, da mobilidade crítica causada pela deficiência dos transportes, na escassez do lazer, nas difíceis condições da vida urbana expressas no colapso da habitação, da segurança, da educação, da saúde etc. – o vespertino é obrigado a abandonar o mercado, reincorporando-se ao matutino. Um hábito de leitura, contudo, que permanece em países com estrutura social mais estável, como na Europa. A tendência mundial, no entanto, indica uma nítida desativação dos vespertinos já nos anos 70, em benefício dos matutinos e de outras formas de veiculação impressa. (BAHIA, 1990, p.78)

### 3.1 Retorno às 18 horas e a edição impressa atual

Publicações vespertinas do *Globo* retornaram quatro décadas depois de o jornal ter passado a circular pela manhã. Desta vez, no entanto, a decisão foi motivada pela tecnologia digital. Com o intuito de buscar o mercado consumidor de tablets, a empresa lançou “O Globo a Mais” para a plataforma, publicado de segunda à sexta-feira entre janeiro de 2012 e maio de 2015. Desenhado com o mesmo projeto gráfico do impresso e do site, o produto ofereceu reportagens próprias, notas do dia, galerias fotográficas e dicas de cultura. Os usuários tinham à disposição o *download* da edição a partir das 18h. Segundo o atual diretor de redação, Ascânio Seleme, em entrevista à época do lançamento, a novidade reabilitou “o conceito dos jornais vespertinos, que circulavam com as notícias fresquinhas, no fim da tarde”<sup>20</sup>.

A edição impressa chega atualmente às ruas composta pelo primeiro caderno, ou a cabeça do jornal, que abrange os noticiários nacional (País), local (Rio), econômico (Economia), de temas gerais (Sociedade), internacional (Mundo) e esportivo (Esportes). O Segundo Caderno se concentra nas notícias de cultura. Em datas específicas da semana são publicados os jornais de bairro e de outras regiões – Centro, Zona Sul, Zona Norte, Zona Oeste, Tijuca, Ilha, Barra, Praias, São Gonçalo, Niterói, Baixada, Serra, Norte Fluminense,

<sup>20</sup> Disponível em: <<http://www.oglobo.globo.com/sociedade/tecnologia/o-globo-lanca-vespertino-digital-pioneiro-no-ipad-3786242>>. Acesso em: nov.2014

Vale do Café, Vale do Paraíba, Juiz de Fora –, a Revista O Globo e Rio Show, e os suplementos Ela, Boa Chance, Morar Bem, Boa Viagem, Carros etc. e Prosa & Verso.

O caderno de economia do *Globo* é impresso colorido e, em média, soma quatro páginas. Ele é dividido pelos seguintes setores: negócios e infraestrutura, macroeconomia, finanças, defesa do consumidor, internacional. Antes, notícias relacionadas ao universo digital e à mídia também eram publicadas nesse caderno na seção “Digital & Mídia”; em abril de 2014, entretanto, a área passou a ser coberta pela recém-criada editoria Sociedade.

São veiculadas na segunda página de Economia as colunas de Míriam Leitão, de terça-feira a domingo, e de George Vidor, às segundas-feiras. Também às segundas, uma página é dedicada a finanças: o caderno publica a seção “Você Investe” e a coluna do professor do Instituto Brasileiro de Mercado de Capitais (Ibmec-RJ) Roberto Zentgraf. Aos domingos e quartas-feiras, a seção de “Defesa do Consumidor” igualmente ganha página inteira. O jornal também destina espaço a indicadores econômicos e um quadro relacionado à agenda de divulgação de índices e reuniões de instituições do setor: Banco Central, Fed, IBGE etc.

A configuração do caderno de economia atual e as decisões editoriais, não só no *Globo* como também nos demais veículos, se desenvolveu ao longo das últimas décadas na esteira das transformações políticas do Brasil. Vale a pena registrar um sucinto histórico da cobertura de economia no país antes de tratar das reformas gráficas do periódico carioca em estudo e, por fim, analisar a aplicação das mudanças nas páginas do noticiário econômico.

### **3.2 A política no Brasil e a economia na imprensa**

A profissionalização da cobertura de economia na imprensa brasileira ocorreu em meados da década de 1960. O golpe militar de 1964 contribuiu diretamente para a mudança na maneira de cobrir o tema. O jornalismo tratava a economia, nas décadas anteriores, de forma tímida. A política de industrialização do governo Getúlio Vargas deu fôlego à cobertura destinada às revistas *Visão* e *Banas*. Anos antes, segundo pontua a jornalista Suely Caldas (2008, p.11), o jornal *O Estado de S. Paulo*, entre outros periódicos brasileiros, destinavam colunas sobre o assunto no fim do século XIX. As transformações nas relações na sociedade, sobretudo após os anos 1930, resultaram numa reorganização dos meios de comunicação, e o jornalismo especializado passa a ser uma necessidade social. Segundo analisa Juarez Bahia (1990, p.215), a consolidação desse tipo de jornalismo na sociedade industrial, cujo trabalho reorganizou-se em prol da qualidade, racionalidade e produtividade para atender a diferentes

mercados, levou a notícia ao mesmo patamar de exploração encontrado nos demais campos da ação humana.

A ineficiência da cobertura de economia no Brasil é creditada na precária formação dos jornalistas e o despreparo deles em lidar com o tema. O jornalista Sidnei Basile aponta o atraso na modernização da imprensa do Brasil como outra razão dessa demora. Ele afirma que o jornalismo deu um passo à frente na conquista por melhorias com o declínio dos Diários Associados, e a morte do dono do grupo, Assis Chateaubriand, que encerrou “um período de diletantismo da imprensa brasileira” (BASILE, 2011, p.82). O jornalista justifica que o atraso no aprimoramento dos profissionais para se cobrir economia se deve à administração “caótica, antiquada e amadorística” de Chateaubriand, conquanto reconheça as contribuições do empresário para os meios de comunicação:

[Chateaubriand] estimulava os jornalistas a fazerem o máximo de suas competências e habilitações, mas não teve a grandeza de, juntamente com isso, auxiliar a construir a dignidade da profissão. Bem ao contrário, foi venal e estimulou a venalidade; corrompeu e estimulou a corrupção; fez grandes jornais e grandes jornalistas, mas, de seu império, relativamente pouco ficou. Depois que ele morreu, ou melhor, contemporaneamente a sua longa enfermidade, nos anos 1960, vai se estruturando a moderna imprensa brasileira. Nesta, em seus incipientes grandes veículos do futuro, começa a surgir um interesse maior em fechar o foco sobre a cobertura econômica. (BASILE, 2011, p.82-83)

A restrição da cobertura política na vigência do governo militar se intensificou especialmente depois do Ato Institucional nº 5, instaurado em dezembro de 1968 pelo presidente Costa e Silva. Na década seguinte, as medidas desenvolvimentistas tomadas pelo regime ditatorial dos militares ficaram conhecidas como “milagre econômico”: altos investimentos em obras de infraestrutura e lançamentos de pacotes de estímulo econômico. A mudança dos hábitos dos consumidores e o processo de desenvolvimento econômico e social expandem a demanda por notícias de economia; empresários, assessores técnicos, investidores, especuladores financeiros, economistas ou estudantes dessa ciência formam o novo público consumidor, que representa “parcelas influentes da sociedade que há uma geração de economia só tinha a referência do café” (BAHIA, 1990, p.226). Não obstante o aumento da procura pelo noticiário econômico, os brasileiros inicialmente se informavam sobre as transformações por fontes oficiais. A linguagem técnica utilizada pelas autoridades resultava em informação hermética, incompreensível à população, sem a devida clareza exigida num texto jornalístico.

Os líderes dessa arrancada desenvolvimentista, administradores de elevada competência técnica, mas pouco dispostos a discutir as condições sob as quais esse desenvolvimento está sendo obtido, se expressam em uma estranha língua, parecida com o português, mas ininteligível para a população. É o “economês”. (BASILE, 2011, p.84)

Dessa necessidade de esclarecer aos leitores o que se passava no Brasil surgiram os primeiros veículos a tratarem diretamente de economia. A revista *Exame* é lançada em 1967, desmembrada da revista *Veja* e focada na área econômica. As duas publicações eram de responsabilidade da Editora Abril. A experiência da empresa na produção de revistas segmentadas colocou a *Exame* no pioneirismo do investimento em conteúdo econômico direcionado ao mercado nacional. Quatro anos depois apareceu no mercado editorial uma concorrente direta à *Exame*: a revista *Expansão*, cuja cobertura e circulação contemplaram todo o país com foco no empresariado, na administração e nos desafios do mundo corporativo. A Abril, contudo, compra a concorrente em 1975 e a incorpora à *Exame*.

Nos estudos de Quintão sobre o jornalismo econômico pós-1964, o autor diz que o assunto era tratado pelos jornais, num primeiro momento, em tom de “ufanismo desenvolvimentista” (QUINTÃO, 1987, p.59) e na retórica nacionalista pró ou contra o capital estrangeiro. Os temas abordados eram poucos e giravam em torno da indústria, portos, siderurgia, energia preços e agricultura; o mercado financeiro, ainda incipiente, ficava de fora. Por outro lado, a reforma do *JB*, detalhada neste trabalho, é citada por Quintão por ter aberto espaço a novas seções; entre elas, a de Fatos Gerais e Econômicos.

Constantemente as páginas destinadas à economia têm de ser preenchidas com matérias gerais por falta de notícias econômicas suficientes para fechá-las. Já se pode distinguir, contudo, dentro da redação do Jornal do Brasil, quatro ou cinco repórteres em condições de cobrir a área econômica.

(...) A ausência da especialização entre repórteres evidencia-se no fato de todas as matérias, sem qualquer distinção – política, esportes, polícia, economia – serem revisadas pelos mesmos *copy desk*. (QUINTÃO, 1987, p.56)

Aos poucos, o noticiário econômico sai das páginas de cobertura geral e política para páginas próprias, e os jornalistas diversificam as fontes, agora independentes de políticos ou partidos. O jornalista cita o Diretor Econômico, encarte do jornal *Correio da Manhã*, como paradigma da cobertura jornalística nos anos seguintes ao lançamento e reconhecido pela linha editorial combativa.

Os jornais de cobertura geral e grandes tiragens começam a marcar presença no setor, acompanhado e difundindo os negócios, as Bolsas, o novo mercado

de capitais, e a acompanhar as decisões do Conselho Monetário Nacional (CVN). Algumas reportagens abrem espaços até para empresas. Entretanto, a marca do aparecimento definitivo do Jornalismo Econômico nos moldes como é prática hoje caberá a um encarte do *Correio da Manhã*, chamado Diretor Econômico. São 16 páginas diárias voltadas exclusivamente para o tratamento dos negócios no mercado. O desenvolvimento desse Jornalismo e dos próprios negócios é muito estimulado pelo Diretor. (QUINTÃO, 1987, p.74)

Ainda no contexto da guinada econômica na década de 1970, o periódico regional *Gazeta Mercantil*, nas ruas desde os anos 1920, recebeu investimentos para despontar no mercado brasileiro (BASILE, 2011, p.86). O veículo reuniu um time de experientes jornalistas de economia sob a liderança de profissionais igualmente veteranos. A *Gazeta* vivia da publicação de editais de concordata e publicidade; a circulação, no entanto, ampliou para todo o Brasil graças à alavancagem da tiragem propiciada pelos investimentos da empresa. O jornal também defendeu o projeto de democracia, apoiada pelos empresários, sob a justificativa de maior liberdade em investimento sem a intervenção do Estado na economia. Em 2009, a *Gazeta Mercantil* fecha as portas em meio a dívidas<sup>21</sup> e à forte concorrência do *Valor Econômico*, que dominaria o mercado a partir de então.

O jornalismo de serviços cresce também sob a influência dos anos do “milagre econômico”. Bernardo Kucinski (1996, p.16) relata que a cobertura adquiriu aspecto “didático e voltado a uma cidadania econômica” motivado essencialmente por notícias relacionadas à alta do petróleo, às greves operárias e à recessão da década de 1980, que causou a elevação dos preços. Os jornais contemporâneos aos fatos citados e de maior circulação no país – *O Estado de São Paulo*, *Folha de S.Paulo*, *JB* e *O Globo* – dedicam mais espaço para a economia; os meios de comunicação eletrônicos também destinam mais tempos às análises e entrevistas de autoridades sobre as notícias do ramo. Entrementes, a divisão das redações em editorias se estrutura, e cresce o número de jornalistas direcionados à economia. Bahia (1990) adiciona dois fatores contribuintes para a modificação no conteúdo da informação de economia: a demanda do mercado e a dinâmica do processo de comunicação, que envolve o tratamento da notícia, as técnicas de editoração e de processamento de dados. Para o autor, o ganho mais significativo da mudança é a popularização da cobertura, antes circunscrita aos interesses da elite.

Leitores, ouvintes, telespectadores, buscam informações corretas sobre bolsas, aplicações a curto prazo, investimentos de risco, como assegurar o

---

<sup>21</sup> Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/view/levy-anuncia-o-fim-da-gazeta-mercantil>>. Acesso em dez. 2014.



valor do salário, como funciona o seguro-desemprego. A informação econômica prestada pelos veículos assume uma função política e social, valorizada pela qualidade da orientação que fornece ao público. (BAHIA, 1990, p.227)

Kucinski lembra que o neoliberalismo ideologizou a abordagem jornalística à macroeconomia e colaborou na expansão do jornalismo e negócios. Os conteúdos publicados se voltaram “a histórias de empresas e empresários de sucesso, à emulação do espírito empresarial e da pequena microempresa” (1996, p.16). E foi da macro para a microeconomia a direção pela qual a imprensa profissionalizou-se a partir da percepção da lacuna existente no acompanhamento dos acontecimentos nos setores econômicos, no entendimento do que ocorria nas empresas e nos mercados. Logo, especifica-se a cobertura em abordagens sistemáticas e pormenorizadas, e o leitorado passa a tomar conhecimento, no âmbito microeconômico, do que “há de novo, precedente, o que nunca ninguém fez de um certo jeito e, correndo riscos, deu certo” (BASILE, 2011, p.98-99). Alcançada a redemocratização do Brasil, a economia se especializa ainda mais em decorrência das crises recentes do país e das decisões do governo na luta pela estabilização da moeda. Destaque desse período foi o confisco da poupança pelo presidente Fernando Collor em 1990. O plano econômico requereu da imprensa dedicação nas seções de finanças pessoais e na criação de novos canais de comunicação com o público, interessado em entender as complexidades do assunto (idem, p.89-90).

#### 4 DOS FRAGMENTOS À CONSOLIDAÇÃO TEXTUAL: AS REFORMAS GRÁFICAS

*“Vemos sempre somente o que sabemos”*  
(Eva Heller)

Somente 70 anos depois de circular pela primeira vez, o jornal *O Globo* se submeteu a uma significativa reforma gráfica. É útil para este estudo mostrar as características dessa primeira modificação porque ela estabelece ligações com a reforma recente, de julho de 2012, que manteve aspectos implantados em 1995 e instituiu peças gráficas fundamentais para se concentrar na análise da apresentação do noticiário econômico nos dias correntes, bem como no discurso gráfico completo do periódico. Entende-se por discurso gráfico o conjunto de elementos visuais que, como discurso, para João Rodolfo do Prado (apud SILVA, 1985, p.39), tem “a qualidade de ser significável”. Ele reconhece que, ao se viver num tempo em que tudo tem significação, o dizer natural inexistente. É por meio do discurso visual que o público tem a leitura conduzida e a percepção ordenada de modo subliminar. A compreensão de um jornal é possível sem ser lido, ressalta Prado; há, portanto, duas leituras possíveis: a gráfica e a textual.

Estamos treinados para uma rígida sucessão: título, abertura, texto. Estamos tão treinados que na verdade não tomamos consciência dela. Ora, isso nos permite dizer que o discurso gráfico tem como objetivo ordenar nossa percepção. É ele que nos dá o fio da leitura. O discurso gráfico é fundamentalmente subliminar. (apud SILVA, 1985, p.39)

A respeito dos elementos visuais, Dondis (2003) os define como a “substância básica daquilo que vemos”: o ponto, a linha, a forma, a direção, o tom, a cor, a textura, a dimensão, a escala e o movimento. Não se deve confundir os materiais ou meio de expressão – madeira ou argila, tinta ou filme, por exemplo; embora poucos, pondera a autora, eles são a matéria-prima de toda informação visual em termos de opções e combinações seletivas. A estrutura da obra visual representa a força determinante de quais elementos visuais estão presentes e com qual ênfase essa presença ocorre (2003, p.51). Além disso, a escolha

dos elementos visuais que serão enfatizados e a manipulação desses elementos, tendo em vista o efeito pretendido, está nas mãos do artista, do artesão e do designer; ele é o visualizador. O que ele decide fazer com eles é sua arte e seu ofício, e as opções são infinitas. Os elementos visuais mais simples podem ser usados com grande complexidade de intenção (...). (DONDIS, 2003, p.52)

#### 4.1 Reflexão sem pirotecnia em 1995

A concretização da primeira reforma encontrou resistência na redação, em especial a do próprio dono, Roberto Marinho. O presidente da então Organizações Globo discordava de “mudanças dramáticas na estética do jornal” porque poderiam romper com a relação existente com os leitores e causar insegurança<sup>22</sup>. A solução encontrada foi preparar o público para receber o novo formato do *Globo*, e na véspera de rodar a publicação redesenhada, em 20 de dezembro de 1995, o jornal deu pistas:

A mudança começa pelo logotipo colorido e leva a ajustes editoriais, como uma hierarquização mais clara das notícias. Além disso, o redesenho troca a tipologia, valoriza as fotos e cria duas páginas diárias de opinião. Surge, aos sábados, o suplemento Prosa & Verso.<sup>23</sup>

O projeto da primeira reforma do jornal data do princípio da década de 1990. A pesquisadora Adriana Chiarini crava 1992 o início da reforma, a qual fora motivada pela compra da rotativa Colorline em janeiro do mesmo ano; a impressora possibilitava a impressão com mais cores e velocidade (2000, p.8). Já segundo Castro, a pesquisa levou “cerca de quatro anos”, mas o jornal “costuma dizer que foram ‘mais de dois’” (1996, p.115). A incumbência ficou para os designers nova-iorquinos Walter Bernard e Milton Glaser, este criador do logotipo “*I love NY*” que substituíra a palavra *love* pelo desenho de um coração.

Na manhã do dia 20 de dezembro, os leitores repararam na mudança mais brusca do jornal logo na primeira página: a posição e o formato do logotipo. Antes impresso em preto sobre o branco do papel, o nome do jornal passou a ser escrito na cor branca em meio a uma faixa azul com fios amarelos e uma faixa verde no topo, no qual ocupariam chamadas-título, inexistentes hoje em dia. A ideia de deixar inalterado o logotipo, embora agora envolto nas cores da bandeira do Brasil, foi “para que aqueles que são leais ao jornal não se sentissem abandonados”, nas palavras de Glaser (CHIARINI, 2000, p.26). Com essas cores específicas e o logotipo no alto da primeira página, segundo Castro, *O Globo* ressaltaria a condição de “autêntico representante da imprensa de referência, que circula em todo o país” e sinalizaria “um novo amanhecer” (1996, p.156-157). O pesquisador observou, através da análise de dezenas de edições do periódico, que a primeira página ganhou modelos rígidos de

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://www.robertomarinho.com.br/obra/o-globo/transformacoes-dos-anos-1990/reforma-grafica.htm>>. Acesso em: nov. 2014

<sup>23</sup> Idem.

diagramação representados por zonas semânticas demarcadas por fios horizontais grossos, através dos quais as formavam pelo enquadramento de blocos de notícias (CASTRO, 1996, p.157). Esses tinham função diferente da dos fios verticais utilizados para separar colunas de texto – os mesmos banidos do *JB* por Amílcar de Castro na década de 1950. Tal regularidade nos modelos de diagramação era incomum no projeto gráfico anterior. Outro aspecto de demarcação foi o uso mais frequente de espaços em branco na reforma de 1995; o recurso estaria ainda mais presente no redesenho de 17 anos mais tarde.

A comparação acabou mostrando também que agora o jornal usa mais os espaços em branco, além dos fios grossos horizontais e boxes, para delimitar muito bem as chamadas ali retratadas, diminuindo com isso a média de chamadas por páginas. Enquanto no projeto gráfico anterior, a média era de 15 chamadas por primeira página, agora o espaço é usado com uma média de apenas 10 chamadas. (CASTRO, 1996, p.168)

Chiarini lembra que a reforma não foi só gráfica como também editorial. Em entrevista sobre o processo de mudança, o então diretor de redação, Ali Kamel, afirmou que a reforma “foi realizada para valorizar os assuntos mais importantes e aprofundar o conteúdo das matérias. Foi feita para que o *Globo* desse o melhor, o mais importante”. É de 1995, inclusive, a adoção por esse veículo de um artigo de oposição à opinião do editorial do veículo, publicados um sobre o outro “para tornar o jornal mais democrático” (2000, p.8).

A seção de opinião (Opinião), com charge, editorial, artigos assinados e “Cartas dos Leitores”, passaria a ocupar a sexta e a sétima páginas<sup>24</sup>, depois ou intercalado com o noticiário nacional (O País) – que, por sua vez, iniciava na página seguinte à Página 2, a qual continha outras chamadas; boletim meteorológico, antes estampado na primeira página; e a coluna Panorama Político – e antecipava as páginas de notícias locais (Rio), e assim fechava o primeiro caderno (CASTRO, 1996, p.127-128). A seguir vinha um segundo bloco com as editorias Economia, O Mundo, Ciência e Vida e Esportes; o outro caderno era o de cultura, o Segundo Caderno. A adaptação da divisão dos cadernos beneficiou algumas editorias. Entre elas, a de Economia, que passou a abrir um caderno com capa colorida. A ordem se mantém até hoje. Antes, ocupava o meio de um caderno após a Rio. As cores e as mudanças gráficas a beneficiaram com a adesão do jornal a gráficos e fotos ampliadas. Além do mais, as aberturas de editoria ficaram mais claras. O título de cada uma ganhou corpo tipográfico maior em uma

<sup>24</sup> “Opinião” passaria a ter lugar cativo diariamente e não mais aos fins de semana; entre as páginas do jornal, os artigos de opinião também seriam separados dos textos informativos através de box e tipologia própria para diferenciar o selo da seção (CHIARINI, 2000, p.25). Dentro da redação do *Globo*, esses pequenos boxes de opinião são chamados de “artiguetes”.

caixa laranja<sup>25</sup> localizada abaixo do logotipo do jornal em tamanho reduzido (CHIARINI, 2000, p.25). Na outra ponta desse mesmo caderno aberto por Economia o leitor encontrava a capa do noticiário esportivo. Para Castro (1996, p.136), há um “relaxamento progressivo à medida que as páginas vão passando” de um ritmo mais intenso, demandado pelos conteúdos de política e opinião, ao ameno, em referência à editoria Esportes.

O que vale destacar para este trabalho é a reformulação da forma de como os textos e elementos gráficos eram diagramados. Sobre o conceito de diagramação, este estudo considera a definição dada por Rafael Souza Silva como “o projeto, a configuração gráfica de uma mensagem colocada em determinado campo (...), que serve de modelo para a sua produção em série” e tem por tarefa oferecer estrutura visual às mensagens de modo que “o leitor possa discernir, rápida e confortavelmente, aquilo que para ele representa algum interesse” (1985, p.43); Silva também a define como atividade que coordena o material gráfico do jornalístico, e, pela combinação desses dois elementos, chega-se ao objetivo de persuadir o leitor (idem, p.45). Diagramação é diferente de paginação. Esta última se trata de antiga seção na qual o montador trabalhava com base em um espelho diagramado na redação, com indicações de posições em que o profissional colava os títulos, textos, fotos e legendas em um cartão. Essa etapa do processo gráfico, conhecida também por *paste-up*, fora favorecida pelo avanço da fotocomposição; antes, era realizada em uma forma de aço chamada rama (SILVA, 1990, p.19).

A ruptura citada no parágrafo precedente mudou o formato do jornal e o distinguiu dos concorrentes. *O Globo* abandonou a redação de notícias curtas, retrancas<sup>26</sup> de “20 cm e 35cm para ter matérias de página inteira - 80 ou 90cm, principalmente nos abres das editorias” (CHIARINI, 2000, p.25). Ascânio Seleme, em depoimento ao site “Memória O Globo”, resumiu o jornal que gere, antes e depois da mudança:

Havia páginas que cabiam 15 matérias, 12 matérias, dez matérias. Um absurdo. Tudo pequenininha (sic). O jornal queria dar tudo... *O Globo* queria dar tudo, tudo, tudo. E a reforma de 95, que todos os jornais depois acompanharam, era consolidar matérias, fazer textos mais elaborados, maiores. Consolidar três matérias em uma. O desenho de 95 sempre foi atual. Era mais moderno do que os dos nossos concorrentes por causa desse conceito: costurar, não picar o jornal com pequenas matérias, mas consolidar numa só matéria um tema grande.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> Ver PEREIRA, 2007, p.28

<sup>26</sup> Retranca é a identificação de um original por meio de códigos ou número e letras para controle dos textos e demarcação deles na página (SILVA, 1985, p.106).

<sup>27</sup> Disponível em: <<http://memoria.oglobo.globo.com/linha-do-tempo/reforma-graaceutifica-9178726>>. Acesso em: nov. 2014

A designer Nancy Einsing, em reportagem no próprio *Globo*, afirmou que a tentativa foi de “diminuir a quantidade de notícias competindo entre si, e estabelecer uma hierarquia bastante clara, capaz de guiar o leitor” (CHIARINI, 2000, p.25). O novo desenho se contrapunha a uma moda da década anterior em que os impressos copiavam a televisão ao abusar de fotos, gráficos coloridos e textos pequenos. O que foi implantado no *Globo* seguia a tendência oposta:

Fotos grandes e significativas, não necessariamente em cores; textos longos; profundidade de conteúdo; leitura mais pausada, estes alguns dos conceitos dessa tendência. Milton Glaser e Walter Bernard, designers americanos que conceberam o novo projeto gráfico do *Globo*, são dois de seus expoentes. Encarnaram este espírito anti-*USA Today* no redesenho do jornal e, como na reforma do jornal *La Vanguardia*, de Barcelona, privilegiaram a reflexão e não a pirotecnia. (CHIARINI, 2000, p.15)

Glaser resumiu a ideia da seguinte maneira: “Se você tem a televisão e dispõe de um jornal onde pode ler com mais profundidade e ter uma análise, ótimo. Essa é uma relação que se compreende” (idem, p.15). “Essa reformulação”, observa Castro, “indica o abandono (...) do uso excessivo de gráficos, vinhetas, selos, elementos que buscavam um impacto visual ao associarem textos número, imagens e cores”, além da extinção do *storyboard*, recurso gráfico para resumir visualmente a notícia, e o uso “mais comedido” de infográficos, tabelas, ilustrações e mapas; as cores se limitariam ao fundo do título do jornal, às fotos e às tarjas azuis indicadoras dos cadernos (CASTRO, 1996, p.143-144). Juntar e inter-relacionar informações de áreas temáticas e geográficas tinham por objetivo facilitar a compreensão do leitor, porque os jornalistas já teriam que considerar que os demais meios de comunicação – TV, rádio e agências – informavam mais rápido “as notícias soltas” (CHIARINI, 2000, p.46).

Em relação ao uso de fotografias, o novo planejamento gráfico reduziu a frequência do uso. A partir de então, o número de fotos seria menor, porém receberiam mais espaço favorecidas pela diagramação, que as ligavam às matérias principais. A tendência das fotos, aponta Chiarini, se assemelhava a dos textos: “selecionar mais e dar o melhor com mais destaque” (idem, p.26). Se por ventura mais fotos fossem publicadas em uma mesma página, a diagramação as reuniria em um mesmo bloco compacto de modo que influenciasse o direcionamento do olhar do leitor primeiro a elas e, em seguida, aos textos:

Mesmo quando usa mais de uma foto, o jornal busca dispô-las aproximadas, formando uma massa visual compacta, e que pretende o mesmo efeito

direcionador (...). Para elas, primeiro se dirige o olhar, para depois sair à busca do texto.

Texto que agora não é mais tão fragmentado, tão subdividido em suítes<sup>28</sup>, e que transformavam a página num verdadeiro mosaico de blocos de textos inter-relacionados, supostamente para dar “fôlego” ao leitor – assim como é a técnica dos intertítulos (...). A notícia é agora um texto só, proposto para ser lido de um só movimento. O que se quer mais uma vez é criar blocos de texto, à semelhança do bloco de imagem, para concentrar o olhar-leitor. (CASTRO, 1996, p.145)

Recorrer a intertítulos para favorecer a fluidez da leitura foi um recurso empregado em 1999 depois de reclamações de jornalistas e leitores em virtude dos textos longos publicados nas páginas do *Globo*. A solução mais extrema foi repartir uma matéria em duas, o que representou o abandono da retranscricão única. Recursos baseados em gráficos e fotos, cuja rigidez na utilização flexibilizou-se, também foi a saída encontrada por editores. Quando os entretítulos se revelavam inúteis, a matéria era fragmentada em outra coordenada (CHIARINI, 2000, p.26-27). A necessidade de alterar as regras estipuladas na reforma de 1995 contradiz a aprovação dos leitores, e até a dos próprios profissionais do jornal, relatada por Kamel a respeito do novo leiaute e da nova forma de narrativa, apesar de ele reconhecer que depois de tentativas entendeu-se que era desnecessário textos longos:

Os leitores querem um jornal mais aprofundado, mas detestam a impressão de um texto grande. Assusta. Eles acham que têm muita coisa para ler e começam a se sentir culpados porque não vão conseguir ler aquilo tudo. A gente entendeu, com a prática, que você pode ser profundo, analítico, interpretativo, mas não precisa ser nem longo, nem chato.<sup>29</sup>

Em coberturas longas, o jornal passou a publicar boxes explicativos como maneira de contextualizar o público e também de recordá-lo sobre os primeiros fatos relacionados ao assunto. Esse tipo de peça gráfica acessória ficou mais presente na reforma de 2012 e será mostrado no próximo tópico com mais detalhes.

Ademais, a primeira reforma de expressão do jornal lançou o suplemento Prosa & Verso, voltado à literatura e publicado aos sábados; o Ela ganhou novo logotipo. Os já existentes Rio Show e Revista de TV passaram a ter formato e tratamento de revista, bem

<sup>28</sup> Pela definição de Erbolato (2008, p.74), a suíte, no jargão do jornalismo, é a continuidade dada na cobertura de um assunto nas edições subsequentes do jornal quando a “matéria é quente e continua a despertar interesse dos leitores”.

<sup>29</sup> Disponível em: <<http://www.robertomarinho.com.br/mobile/obra/reforma-grafica.htm>>. Acesso em: nov. 2014

como a capa do Segundo Caderno. Essas transformações são justificadas pelos designers pela crença de que

os suplementos devem mostrar mais liberdade e ousadias gráficas e atrair novos leitores, enquanto as seções tradicionais como política e economia devem mostrar um visual mais sério, compatível com o assunto tratado. (CHIARINI, 2000, p.26)

## 4.2 Mais branco e peças editoriais em 2012

O redesenho do *Globo* implantado em 2012 representa um pacote de medidas em comemoração aos 87 anos da publicação naquele ano. O projeto começou a ser pensado dois anos antes, quando a empresa comprou novas torres de impressão para viabilizar a impressão colorida de todas as páginas do jornal e adquiriu nova plataforma editorial, cujo sistema integra produção, edição e publicação do conteúdo nos meios digital e impresso.

Em caderno especial<sup>30</sup> publicado no primeiro dia de circulação do jornal em novo formato, no dia 29 de julho, a empresa considerou a mudança uma aposta no impresso, responsável por 95% dos negócios. O rendimento publicitário à época seguia a mesma faixa: representava mais de 90% de todas as plataformas do jornal<sup>31</sup>.

Para o projeto, a Infoglobo contratou a consultora de Barcelona Cases i Associats. Esta empresa recebeu a incumbência de estudar os produtos impressos, os desenvolvidos para os dispositivos móveis e os sites do *Extra* e de *O Globo*. Ainda em 2011, o site do *Globo* foi repaginado, seguido pelos aplicativos para celular; paralelo a esse trabalho, engenheiros desenvolviam códigos e comandos para tornar exequível as mudanças na plataforma digital. O então diretor de Arte do *Globo*, Léo Tavejnhansky, já no cargo naquela reforma da década de 1990, afirmou que o redesenho de 2012, coordenado por ele,

tem mais impacto que o anterior, de 1995. O leitor vai notar o uso do branco para dar mais destaque e valorizar mais as fotos, o uso da cor de forma

<sup>30</sup> O GLOBO, Rio de Janeiro, 29 jul. 2012b. **O Globo de sempre, agora de cara nova.** Caderno Especial. O caderno, em formato tablóide, contém 16 páginas. Ele estampou uma galeria de fotos nos bastidores do redesenho, a opinião dos colunistas e editores sobre a mudança, reproduziu conversa entre o diretor de redação e o acionista Roberto Irineu Marinho, apresentou as fontes tipográficas e esquematizou as transformações em modelos de páginas. Além desse conteúdo relacionado ao redesenho, o caderno trouxe entrevistas com especialistas de renome para opinarem sobre o momento por que passa o jornalismo impresso; entre eles, o jornalista norte-americano David Carr, já falecido. O ponto de vista desses entrevistados, que apontam para a necessidade dos jornais se reinventarem e apostarem nas plataformas digitais, serviu para legitimar as mudanças empregadas no *Globo* através do argumento de autoridade.

<sup>31</sup> Idem, p.15



integral e a tipografia de maior impacto que a atual. Embora seja uma derivação, uma continuidade da atual tipografia, a nova contém algo peculiar (...)<sup>32</sup>

Tavejnhansky refere-se às fontes para os títulos encomendadas com base “no corte angular” da letra “L” do logotipo do jornal (ver Anexo 2). A adaptação das fontes dos títulos foi um dos destaques também citado por Chico Amaral, naquele ano designer consultor do projeto da Cases i Associats e hoje editor-executivo multimídia do *Globo*. Além dessa característica, Amaral elenca a diagramação vertical, “mais fácil [para] acomodar massas de textos longos em páginas visualmente atraentes”; o uso mais sistemático de brancos, aplicados para emoldurar ou separar elementos; a reorganização do fluxo de leitura do primeiro caderno, na qual Opinião deixou de ser estampada nas páginas da editoria País e foi remanejada para o final do caderno; e, por fim, o que ele chamou de solução gráfica para identificar conteúdos de “valor agregado”. Ele explica o conceito:

É aquela matéria que é contextualizada, é a reportagem, a entrevista, a análise. Uma vez que você trata tudo com o mesmo formato, a riqueza e a diversidade do jornal desaparecem. Então, a gente introduz uma linguagem nova, que permite ao editor escolher a melhor forma de apresentar a informação seguindo a sua natureza.<sup>33</sup>

Ainda sobre as peças de apresentação das informações de valor agregado desenvolvidas neste projeto (ver Anexo 3), destaca-se, por exemplo, o *feature*, destinada a notícias mais leves, inusitadas ou curiosas, que requerem estilo de redação distinto dos demais textos. É um modo de antecipar uma informação diferenciada através da forma gráfica, explica Amaral. O manual de aplicação<sup>34</sup> do projeto gráfico de 2012, ao explicar a função das peças, deixa claro o protagonismo delas no novo desenho:

Um dos objetivos do novo projeto é enriquecer a oferta de conteúdos do jornal aos olhos do leitor. Se trata de uma questão de estrutura e visualização das informações. A ideia é enriquecer o primeiro nível de leitura com elementos que permitam ao leitor um acesso mais rápido a informações relevantes que estão dentro do texto. Sem se afastar do modelo atual, estes novos elementos devem ser usados de forma consistente e parcimoniosa<sup>35</sup>.

---

<sup>32</sup> O GLOBO, op.cit., 2012b, p.6

<sup>33</sup> Idem, p.7

<sup>34</sup> O GLOBO. **Bem-vindo ao projeto gráfico 2012: um guia para você conhecer a identidade visual e as novas regras para editar e diagramar O Globo**. Rio de Janeiro, 2012a.

<sup>35</sup> Idem, p.14

O designer destaca ainda as mudanças aplicadas nos suplementos – logotipos e leiautes refeitos e adequação ao conceito de edição gráfica para o formato de revista. Dessa parte do projeto, para este trabalho, é desnecessária a análise pormenorizada.

#### 4.2.1 Grid e colunagem

Em suma, a identidade do jornal incorporou a verticalização e a colunagem motivada pelo planejamento editorial estabelecido em 1995 ao adotar a consolidação dos fatos em detrimento à publicação de um panorama das notícias do dia anterior. Assim, textos longos passaram a reunir outros fatos em torno de um tema, o que justificou a adoção da diagramação vertical e sistematizar o uso de coluna falsa<sup>36</sup>.

Para tanto, o desenho criado implantou nova colunagem (ver Anexo 4). O grid foi dividido em 24 microcolunas para o uso de colunas falsas e a aplicação de três larguras de colunas que podem ser combinadas entre si: coluna estreita ou comercial, de 4,6 cm; média, de 5,8 cm; e de 7 cm a coluna larga<sup>37</sup>. No sentido horizontal, a divisão consiste em 22 faixas de cinco linhas cada. Cada faixa corresponde à altura de um módulo, que é a referência usada para definir a proporção entre blocos de matérias e outros elementos da página. Neste trabalho utiliza-se o conceito de grid desenvolvido por Timothy Samara (2007):

Um grid consiste num conjunto específico de relações de alinhamento que funcionam como guias para a distribuição dos elementos num formato. Todo grid possui as mesmas partes básicas, por mais complexo que seja. Cada parte desempenha uma função específica; as partes podem ser combinadas segundo a necessidade, ou omitidas de estrutura geral a critério do designer, conforme elas atendam ou não às exigências informativas do conteúdo. (SAMARA, 2007, p.24)

No ponto de vista de Samara, o grid põe ordem no leiaute e diferencia tipos de informação além de facilitar a navegação entre eles. A função é a de juntar elementos que transmitem informação: campos de texto, figuras, símbolos, tabelas<sup>38</sup>. A vantagem do grid é permitir o trabalho compartilhado de mais colaboradores em um mesmo projeto sem

<sup>36</sup> O GLOBO, op.cit., 2012a, p.4-5

<sup>37</sup> Idem, p.25

<sup>38</sup> Os grids dividem-se em quatro formatos: retangular, de colunas, modular e hierárquico. É neste último que a diagramação do jornal se assemelha. Segundo Samara (2007, p.29), o grid hierárquico “envolve estudo da interação ótica de elementos em diferentes posições e da definição de uma ‘estrutura racionalizada’ que irá coordená-los”. Exemplos de grids ver SAMARA, 2007, p.26-29.

“comprometer as qualidades visuais definidas ao se passar de um objeto para o outro” (SAMARA, 2007, p.22), como no caso dos modelos disponíveis para diagramar o *Globo* no novo formato. Foi a partir do projeto gráfico de 2012 que o jornal passou a ser diagramado a partir de páginas pré-montadas com vistas à facilitação da produção e garantia de aplicação do projeto, de acordo com o manual (2012, p.44). A disponibilização de templates (ver Anexo 5) apresenta soluções que atendem ao formato de título, distribuição de texto e peças e permitem flexibilidade para ajustes, sobretudo em caso de página com publicidade. Em vista disso os templates foram construídos, inclusive, com base em estatísticas do setor comercial da empresa sobre os formatos de anúncios mais recorrentes na publicação (idem, p.46). No caso de reportagens especiais, a estruturação da página é independente: usa-se chapéu temático, linha de tempo, subtítulo especial ou matérias em caixa-alta, por exemplo (idem, p.37).

Ao trabalhar no template, o diagramador é instruído a atentar-se ao sentido de leitura – de cima para baixo, da esquerda para a direita –, às estruturas e elementos diagramados nas páginas seguintes para não repeti-los e ao princípio de que toda a página deve ter um elemento visual dominante, como uma imagem. Nos casos em que a página contenha muita publicidade, o manual recomenda que o tamanho da imagem deva ser proporcional ao do campo de texto ou, se o assunto dispensa imagens, o tratamento da página deve levar em consideração peças complementares e espaços em branco. A respeito do branco e outras cores, o tópico seguinte foi reservado ao assunto.

#### **4.2.2 Cores**

A cor é a sensação provocada pela ação da luz nos olhos e não existe materialmente. Além do mais, a cor apresenta característica luminosa que também a provoca, chamada na língua portuguesa de matiz. Segundo ensina Pedrosa (2002), a variação da cor está ligada mais à percepção do que à sensação. Na classificação das cores há três chamadas de geratriz ou primárias – vermelho, amarelo e azul –, indecomponíveis e formadoras de outras cores do espectro, se misturadas em diferentes proporções. Nas artes gráficas, as cores primárias são o magenta, amarelo e ciano (PEDROSA, 2002, p.18).

Estudos a respeito da tonalidade psíquica das cores tomaram impulso no começo do século XX. Desse período surgiram trabalhos sobre gestalt, pela qual a interdependência da parte com o todo levava a considerar os fatos psicológicos como unidades organizadas em padrões ou formas (idem, p.92). Os seguidores dos preceitos da gestalt reconheciam noções de estrutura, forma ou tonalidade nos estudos dos fenômenos psicológicos.

A funcionalidade da forma não depende da simples peculiaridade e número de seus elementos constitutivos, mas de sua estruturação, uma vez que qualquer troca de situação na organização da forma origina outra forma, criando nova situação. (PEDROSA, 2002, p.92)

Pedrosa lembra a influência da gestalt<sup>39</sup> nos atuais comunicadores, que usam cores e formas para se expressarem e centralizarem esforços no conhecimento da funcionalidade dos elementos estruturais. A alteração de cor e de forma sobre o conjunto, destaca o autor, altera o significado da estrutura; já a influência psíquica da cor está mais relacionada ao emocional, e a da forma, à lógica. Ambas estão ligadas, o que implica na mensagem a ser expressa.

(...) a capacidade expressiva e comunicativa da cor só aparece da forma (tamanho, configuração da área, repetição, contraste, combinação, proximidade e semelhança), atingindo seu maior grau de eficiência quando complementa ou reforça a mensagem contida na forma. (PEDROSA, 2002, p.92)

Ponto de vista similar é encontrado na obra de Donis A. Dondis (2003). A autora ressalta que as representações monocromáticas nos meios visuais são substitutos tonais da cor, “um mundo cromático, nosso universo profusamente colorido” (DONDIS, 2003, p.64). O tom está ligado à sobrevivência, essencial ao organismo humano, e as cores, às emoções, carregadas de informações e significados:

É possível pensar na cor como um glacê estético do bolo, saboroso e útil em muitos aspectos, mas não absolutamente necessário para a criação de mensagens visuais. Esta seria uma visão muito superficial da questão. A cor está, de fato, impregnada de informação, e é uma das mais penetrantes experiências visuais que temos todos em comum. Constitui, portanto, uma fonte de valor inestimável para os comunicadores visuais. (...) Cada uma das cores também tem inúmeros significados associativos e simbólicos. Assim, a cor oferece um vocabulário enorme e de grande utilidade para o alfabetismo visual. (DONDIS, 2003, p.64)

Cada cor tem significado, e a impressão causada por cada uma é determinada pelo contexto, que indicará se ela é percebida como agradável ou de mau gosto. Nas pesquisas de Eva Heller (2013) sobre a psicologia das cores, a autora constatou que elas se relacionam com sentimentos e efeitos parecidos em um acorde cromático:

---

<sup>39</sup> Pereira (2007, p.134) afirma que os teóricos da gestalt (configuração ou forma, no sentido de “boa forma” na língua alemã) foram pioneiros nas artes visuais ao analisá-las de modo objetivo para explicar porque uma forma agrada mais que outra. Antes o julgamento era “meramente subjetivo”; a filosofia e a estética, nas gerações seguintes, foram influenciadas por esses postulados, segundo o autor.

Os resultados da pesquisa demonstram: as mesmas cores estão sempre associadas a sentimentos e efeitos similares. As mesmas cores que se associam à atividade e à energia estão ligadas também ao barulhento e ao animado. Para a fidelidade, as mesmas cores da confiança. Um acorde cromático não é uma combinação aleatória de cores, mas um efeito conjunto imutável. (HELLER, 2013, p.18)

Treze cores, na psicologia, são autônomas e insubstituíveis. São as primárias, secundárias (verde, laranja e violeta) e mistas, subordinadas (rosa, cinza e marrom); preto e branco e ouro e prata. Não obstante serem igualmente importantes, de acordo com Heller, teóricos desconsideram as quatro últimas.

Para breve análise neste trabalho, foi separada a paleta de cores apenas do primeiro caderno, ou cabeça, do *Globo* (ver Anexo 6), no qual o noticiário de economia está inserido. Nota-se a presença de dois tons de laranja e de cinza, além do azul corporativo, verde e amarelo, presentes no logotipo. O azul corporativo estendeu-se para as primeiras páginas de cada editoria onde carregam o nome em uma caixa dessa cor; o logotipo acompanhado das faixas verde e amarelo, a exemplo da primeira página, está em formato reduzido também presente nos abres. A cor laranja, que antes estava na caixa com o nome da editoria e foi substituída pelo azul, agora predomina mais na publicação: nas peças gráficas e também em títulos de reportagens especiais. O laranja é lembrado como cor penetrante, intrusiva. Essa cor, de acordo com as pesquisas de Heller, representa vínculo, harmonia, o lúdico (2013, p.183). E o azul o complementa:

Azul é a cor do espiritual, da reflexão e do silêncio, o seu pólo oposto. Van Gogh disse: “Não existe laranja sem azul” – com isso ele quis dizer que o modo de o laranja atuar com mais força é quando ele vem acompanhado do azul; quanto mais intenso o azul, mais escuro ele é; Quanto mais intenso o laranja, mais radioso. (HELLER, 2013, p.183)

Sobre o branco no projeto gráfico, cabe aqui também a visão psicológica dessa cor. Décio Pignatari lembrou que a reforma do *JB* tornou o branco do papel um suporte ativo na diagramação. O *Globo* ligou a presença sistemática dessa cor à possibilidade de leitura mais agradável. Tida como uma cor minimalista, ela representa a liberdade de todas as demais e é a preferência dos designers técnicos, “pois na qualidade [ao lado do preto] de ‘não cores’, elas desviam a atenção da função dos aparelhos” (HELLER, 2013, p.168). O branco ficou mais presente no design pós-modernista na função de cor de fundo sobre a qual as demais cores se destacam; no caso do preto, para grandes superfícies, ele abate as demais com a força que tem (idem, 2013, p.168-169). O branco ainda é ligado à clareza, à leveza, ao vazio. Junto com a

cor cinza, representa a ausência de sentimentos. “O que está vazio”, explica a pesquisadora, “é leve. À leveza está associada a clareza. O branco, a mais claras das cores, é ao mesmo tempo a mais leve” (HELLER, 2013, p.169).

Se o uso do laranja para dar destaque e o branco para tornar o jornal mais leve na experiência de leitura, segundo apostam os responsáveis pela reforma gráfica, terá a eficiência analisada no capítulo a seguir. Antes, uma rápida exposição sobre as novas tipografias usadas no redenho de 2012.

### 4.2.3 Tipografia

O *Globo* apresentou nova tipografia neste último redesenho. A tipografia ou tipologia é o conjunto de caracteres, que inclui letras, algarismos ou sinais, usado em um projeto gráfico. O termo tem origem no desenho, composição e impressão de tipos – desenhos dos caracteres – e ele é também utilizado para nomear a gráfica que trabalha com o processo tipográfico. No caso da tipologia, para o designer, refere-se mais ao estudo dos caracteres (PEREIRA, 2007, p.3-7).

Três famílias tipográficas compõem a paleta do jornal (ver Anexo 2). A fonte<sup>40</sup> para os títulos – O Globo X-Condensed –, já exposta neste capítulo, foi personalizada para o jornal: as letras “G” e “L” do logotipo serviram de base para algumas letras, que adquiriram as extremidades inclinadas da marca “aproximando o estilo do logo ao dos títulos das matérias”, na definição do manual de aplicação (2012, p.17). As outras famílias, Whitman e Utopia, são usadas para subtítulos e texto, respectivamente. Ademar Pereira (2007) chama a atenção para a necessidade do redesenho ou projeção de tipos diferentes nos textos e nas manchetes dos jornais por envolver detalhes de correção ótica imperceptíveis para uma fração de leitores. Por conseguinte, tornam-se necessárias adaptações:

Para um determinado tipo ser usado, tanto em corpos pequenos como em grandes, são exigidos diversos ajustes óticos. Essas formas diferenciadas, hoje possíveis de desenhar em sequência perfeita pela computação gráfica, haviam sido negligenciadas por muito tempo, mas não pelos pioneiros da tipografia. Como os originais dos tipos naquela época eram artesanais, os designers já os executavam sutilmente diferentes, conforme cada corpo, dos menores aos maiores. (PEREIRA, 2007, p.77)

---

<sup>40</sup> “Fonte” é o termo empregado num alfabeto completo com letras maiúsculas e minúsculas, números e sinais de pontuação com o mesmo desenho. O agrupamento de todos os tamanhos dos caracteres, reunindo a variação de estilos de um desenho de tipo – itálico, negrito etc. – recebe o nome de família tipográfica. (SILVA, 1985, p.72)

Sobre a inspiração no logotipo para criar a família tipográfica para os títulos, o caminho seguido pelo jornal carioca está na contramão do processo que, para Pereira, conserva “íntegro e único” um logotipo (2007, p.70). Segundo o autor, na construção de um logotipo os caracteres desenvolvidos em formas originais não se estendem ao alfabeto completo. Esse não é objetivo nem preocupação de um projeto de marca, que na maioria emprega tipos existentes, e os designers criam apenas particularidades ao modificar o desenho, cor ou fundo (idem, p.71). No caso do *Globo*, os tipos da marca influenciaram na criação de uma família, embora o desenho não seja idêntico, mas apenas as extremidades dos tipos aludem ao logotipo. Do contrário, a completa extensão do desenho dos tipos a uma família comprometeria a originalidade, a “grande virtude” de um logotipo, define o autor.

Concentrar o estudo gráfico na tipografia foge da proposta deste trabalho. A ampla aplicação do projeto gráfico, seja nas famílias tipográficas, seja nas peças editoriais, será analisado no capítulo seguinte com foco no caderno de economia do *Globo*.

## 5 ANÁLISE GRÁFICA DO CADERNO DE ECONOMIA

*“Não importa a má notícia/  
Mas vale a boa versão”*  
(Gilberto Gil)

Para analisar a aplicação nas páginas do noticiário econômico dos recursos gráficos instituídos pelo projeto do redesenho de 2012 do *Globo*, este trabalho reuniu as edições dos dias 29 de junho a 02 de julho de 2014. O recorte não é por acaso. Durante o período, a editoria de economia publicou reportagens especiais sobre as duas décadas do Plano Real, criado oficialmente em fevereiro de 1994, cuja moeda entraria em vigor em julho do mesmo ano<sup>41</sup>. O objetivo dessa escolha foi de contemplar o estudo não só da diagramação rotineira do caderno, mas também esmiuçá-la nos dias em que *O Globo* publica especiais, que apresentam outro tratamento e ritmo de produção, planejamento e mobilização da equipe.

As páginas do caderno de Economia variam de quantidade em cada dia, bem como as que dedicam o espaço editorial à série de reportagens sobre a moeda. O destaque ao especial também é variável: há dias em que ele é o abre do caderno, ou seja, a matéria principal, ou ganha chamada no friso informativo, peça editorial situada no topo da capa da editoria. Os números resumem-se no seguinte quadro:

	Caderno de economia de <i>O Globo</i>		
	Total de páginas	Páginas dedicadas à série especial	Destaque dado à série na capa
<b>Dom 29.06.14</b>	4	4	abre
<b>Seg 30.06.14</b>	4	2	abre
<b>Ter 01.07.14</b>	5	1	friso
<b>Qua 02.07.14</b>	5	2	friso

A partir do próximo tópico serão detalhadas as quatro capas de cada dia selecionado da editoria. O passo seguinte será a análise página por página de como os profissionais do jornal aplicaram os recursos gráficos, apresentados no capítulo anterior, em cada notícia veiculada e como elas foram dispostas na mancha gráfica. E, por fim, observações sobre o objeto estudado calcadas na produção cotidiana do jornal e em entrevistas abertas com repórteres de Economia concedidas para este trabalho.

<sup>41</sup> Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/governo/2010/10/anuncio-do-plano-real>>. Acesso em: mar.2015.



## 5.1 Um panorama das capas do caderno

Os cadernos de Economia de domingo (ver Anexo 7) e de segunda-feira (ver Anexo 11) trazem nas capas painéis de chamada para o material jornalístico extra do especial sobre os 20 anos do Real disponível na internet: quiz, acervo, vídeos, entrevistas, linha de tempo e galeria de fotos. As chamadas são marcadas pela etiqueta “Hoje na web”. Os painéis têm colunas de tamanho variado, com ou sem foto, e não seguem a métrica das três medidas padronizadas de colunas estabelecidas neste projeto; a peça apresenta duas tonalidades de azul, um deles o azul corporativo.

Na terça (ver Anexo 15) e quarta-feira (ver Anexo 20) o painel dá lugar ao friso informativo habitual da editoria com chamadas para matérias internas. Das duas chamadas, em cada dia, uma é relacionada ao especial e a outra a uma reportagem factual. “Real 20 anos” e “Vinte anos do Real” são duas etiquetas usadas em cada dia, o que revela falta de atenção ao padrão e à organização. No friso da “Defesa do Consumidor”, que tanto no domingo quanto na quarta-feira tratou do especial na matéria principal da seção, nenhuma chamada era relacionada ao Real, e sim ao conteúdo on-line e a outros serviços.

As capas do caderno de domingo e de segunda-feira, inteiramente dedicadas à série, guardam semelhanças além do painel. No pé das páginas, no chamado “nível 2” pelo projeto para posicionar as matérias secundárias, há *features* relacionados à cédula de R\$ 1. No domingo, o *feature* dividiu-se em seis colunas estreitas ou comerciais; na segunda-feira, em cinco colunas médias. No nível 1, a reportagem principal do caderno de domingo, o primeiro dia de publicação do especial, o antetítulo e o título abrangeram todas as cinco colunas médias diagramadas para o texto. Das cinco, três destinaram ao texto e duas para o box com dois rankings de 15 países, cada um com a respectiva bandeira. O box foi o elemento visual dominante da página.

Na segunda-feira, a reportagem que abre o caderno ganhou quatro colunas largas, e o título ocupou metade, bem como a foto de dois personagens da matéria. O espaço que restou da terceira coluna abaixo da foto foi ocupado por um olho<sup>42</sup>. Ambos os antetítulos e títulos dos abres estão em negrito e em caixa alta; os antetítulos “Placar invertido” e “Hoje, o surreal” foram impressos na cor laranja, e os títulos “Inflação 7 x 3 Crescimento” e “O caro é o que incomoda agora”, na cor preta. A intensidade da cor laranja, explicada no capítulo

---

<sup>42</sup> Trecho destacado do texto e diagramado em corpo maior em espaço chamado de “janela”.

anterior, pode ser a escolha apropriada de cor para os antetítulos: põe em evidência o título principal, chama a atenção para o conteúdo para o qual ela é somente utilizada. O visual escolhido cumpriria a formatação prevista para o caso de reportagens especiais junto ao chapéu temático “Real 20 Anos” sob a ilustração colorida de duas moedas de R\$1.

Contrariando a divulgação de mais arejamento no novo desenho do *Globo*, nos dois casos acima não houve a utilização de espaços em branco. Os únicos espaços claros na página ocorrem pelo uso de olhos e entretítulos nos blocos de texto e nas laterais do chapéu temático. No fim de cada última página nos dias de publicação do especial nota-se a presença de remissões às reportagens publicadas nos dias anteriores e/ou posteriores com títulos em laranja – cor que destoa das demais e cumpriria a citada tarefa de realçá-los aos olhos do leitor – que segue o padrão de cor dessas peças, não contornadas por fios, e dos boxes.

Sobre as remissões às matérias da série, há outro possível erro na titulação de etiqueta que evidenciaria pouco cuidado na edição. A exemplo da troca de nome nos títulos dos frisos de terça e quarta-feira, a peça de remissão no domingo foi a única a seguir o nome do chapéu temático “Real 20 anos”. Nos demais dias a peça foi intitulada “20 anos do Real”.

Nas capas de Economia de terça e de quarta-feira, as reportagens principais tratam de notícias daqueles dias. Reportagens associadas à série sobre o Real aparecem só nos frisos informativos em forma de chamadas. Na terça-feira a notícia em destaque, sobre a piora nas projeções do PIB para aquele ano, ocupou a página inteira. Nos templates pré-formatados, a página equivale à estrutura A (ver Anexo 5) para diagramar do zero leiautes destinados a projetos específicos. Quatro colunas médias dividem a mancha gráfica, e uma coluna estreita, na segunda posição, é preenchida com olhos e não utiliza brancos ou peças. A foto abarca a coluna estreita e três colunas médias e ela é o elemento dominante da capa.

Só no abre de quarta-feira aparece o uso do branco para separar dois blocos de matérias vinculadas em três colunas largas – sem fios para separá-las – do box de gênero “Corpo a corpo”, diagramado em coluna lateral média, segundo prevê a estrutura D. O uso das três colunas largas e uma média permite a sobra da microcoluna em branco obrigatória para separar os elementos. Uma foto do abre, em duas colunas largas, publicada no nível 1, torna-se também o elemento visual dominante. No fim deste texto, o principal da página, a peça de remissão ao conteúdo on-line reaparece sob o título em azul corporativo e o selo intitulado “Na web”.

Nas duas capas, de terça e de quarta-feira, a estrutura da página volta à usual: os chapéus em caixa-alta “Sem fôlego” e “Crise ‘hermana’” sem ilustração. O título e subtítulo vêm em seguida, impressos na cor preta.

## 5.2 Edição de domingo

A Economia desta data dedicou as páginas da editoria à série especial. A capa, já descrita, trouxe o chapéu temático estampado no topo das quatro páginas do caderno. A segunda página (ver Anexo 8) baseou-se no modelo de estrutura B, na qual há espaço separado à esquerda para o colunista. O restante da mancha gráfica dividiu-se em um *feature*, que ocupa quase a totalidade do espaço, e três anúncios separados por fios. O *feature* é composto por quatro colunas estreitas, as mesmas equivalentes à largura da foto, o elemento dominante, também de personagens que representam quatro gerações desde o Plano Real. Na terceira coluna, porém, um box traz ilustrações e gráficos sobre a variação da moeda entre 1994 e 2014. Embora trate do assunto, o texto foca-se em histórias das gerações de uma família e a relação delas com a moeda corrente, seja pela necessidade de estocagem de comida, seja pela de pesquisar preços, isto é, tem abordagem mais descontraída, razão por estar em formato de *feature*. No pé da matéria há a remissão ao material digital da série, igualmente citados no painel da capa.

Na terceira página (ver Anexo 9), o nível 1 é estruturado em quatro colunas médias e uma estreita, a qual é parte preenchida por um olho, seguida de um espaço em branco e da remissão à matéria do dia seguinte com a chamada “Real 20 anos” e o título “Amanhã” na cor laranja. O elemento visual que domina é a foto do entrevistado, o economista Pedro Malan, cujas declarações foram separadas por tópicos temáticos que distribuíram o volume do texto e ofereceu pausas para o leitor. No nível 2, separada por um fio e com título em negrito, o jornal publicou em seis colunas estreitas reportagem sobre a moratória argentina. Foi o único assunto do dia não relacionado aos 20 anos da moeda brasileira. A única peça é a de remissão para artigo no site que tratava dos chamados “fundos abutres”.

A última página (ver Anexo 10) é dedicada à seção “Defesa do Consumidor”. Ela segue a estrutura D, na qual consta uma coluna lateral média para o “Mala direta”, que se encaixa na categoria de minisseções: áreas de conteúdo segmentado relacionadas a uma editoria ou página temática<sup>43</sup>. O novo projeto separou comportamento gráfico próprio a elas, constituído por título azul na fonte Utopia. Essa área serve para publicar pergunta e resposta, bloco de notas, artigos ou, no caso, tópicos. Ao lado da minisseção está a matéria principal da

---

<sup>43</sup> O GLOBO. Bem-vindo ao projeto gráfico 2012: um guia para você conhecer a identidade visual e as novas regras para editar e diagramar O Globo. Rio de Janeiro, 2012a, p.41.

“Defesa” sob o chapéu temático e uma foto – o elemento dominante – do tamanho de todas as três colunas largas destinadas ao texto. No entanto, a coluna do meio foi ocupada pela peça de linha de tempo que retrata a trajetória de instituições e leis criados em prol dos consumidores. A linha de tempo é representada por uma seta vermelha, e cada tópico é pontuado por setas alaranjadas, igual à minisseção “Mala Direta”. Os dois blocos, a reportagem e a minisseção, vale recordar, estão sob o friso informativo da seção.

### 5.3 Edição de segunda-feira

Após a capa do caderno de segunda-feira destacar a série, a página seguinte (ver Anexo 12) segue igual estrutura em relação à página similar do dia anterior e assim nas demais edições analisadas: box do colunista à esquerda, o restante da mancha composta por quatro colunas estreitas e o nível 2 preenchido por anúncios de tamanho e quantidade variados. A exceção da edição de segunda-feira é que o abre e a página em questão são os únicos a tratarem da série especial. A entrevista na segunda página é do ex-presidente Fernando Henrique Cardoso, ministro da Fazenda na época do lançamento do Real. A chamada “Entrevista” é destacada em caixa alta no alto do box na cor laranja, e o elemento visual dominante é a foto de Fernando Henrique em três das quatro colunas estreitas do texto e, no pé, a peça “Na web” para levar o leitor ao quiz e aos vídeos na internet. Abaixo do box da entrevista, na largura das quatro colunas, a peça de remissão às reportagens da série de domingo e de terça-feira. Na entrevista, só o olho, em corpo tipográfico maior, se difere do texto. O branco só está presente na separação da colunista e os demais elementos.

O box do colunista que escreve às segundas-feiras, George Vidor, é graficamente idêntico ao da colunista dos demais dias da semana, Míriam Leitão. A coluna do jornalista, porém, é dividida em tópicos enquanto a de Míriam é em texto corrido. Os aspectos gráficos de ambas as colunas são: box com dois filetes inferiores grossos; no topo, o e-mail do colunista em laranja, o nome e sobrenome em duas linhas e em caixa alta na cor cinza, a foto do autor em preto e branco, um fio seguido do título da coluna em caixa alta e baixa e o primeiro parágrafo em corpo maior em relação ao restante do texto. Dentro do texto de Míriam é exposto o box “Os pontos-chave”, com três tópicos numerados em laranja e texto na cor preta, no qual é resumido o conteúdo da coluna. Os autores têm o link dos respectivos endereços eletrônicos ao pé do box; na de Vidor, entretanto, há o selo de remissão em cores.

Na terceira página de Economia não existem brancos (ver Anexo 13). No nível 1 encontra-se publicada reportagem sobre o pacote de medidas do governo para estimular o

consumo dos brasileiros. O conteúdo envolve cinco colunas: quatro médias e uma estreita. Nesta coluna estreita está acomodado box com três tópicos dos setores que receberiam os benefícios. Além da peça, uma foto de fábrica automotiva ilustra a matéria e ocupa a largura da coluna estreita e de duas médias, no centro da página. No nível 2 há matéria não vinculada à de cima, separada por fio, sobre o caso argentino dos “fundos abutres”. Só há uma foto-boneco do ministro da Economia da Argentina e um box de números com a medida de uma microcoluna localizado entre duas das três colunas estreitas nas quais a reportagem está diagramada. Ao lado da matéria, em tamanho proporcional, publicou-se um anúncio.

O tipo de box descrito acima, de números e de estrutura básica, é o único encontrado nas reportagens das edições separadas para o presente estudo. Peça similar só o da retranca “Os pontos-chave”, presente na coluna de Míriam Leitão. Segundo o manual de aplicação do projeto gráfico, elementos como aquele box têm por objetivo “enriquecer a oferta de conteúdos do jornal aos olhos do leitor”<sup>44</sup>, ou seja, passar para o primeiro nível de leitura dados que estariam sem destaque no texto. Além da retranca “Números”, o projeto criou outras que teriam a utilidade de realçar informações do texto: “Sobe e desce”, “Cronologia”, “Perfil”, “Onde fica”, “Trecho”, “Memória”, “Passo a passo” etc.

A página seguinte segue a estrutura B em que há colunista; no caso, do lado direito (ver Anexo 14). A coluna agora apresenta mudanças no leiaute porque não leva o nome do autor e segue o estilo das minisseções. O título dessa é “Dinheiro em caixa”, assinada pelo professor Roberto Zentgraf. Abaixo da coluna, a minisseção “Fique de olho” apresenta idêntico formato à “Dinheiro em Caixa” e “Mala direta”. A “Fique de olho” publica a agenda econômica da semana e é destacada pelas datas e locais em negrito: aquelas em preto e estas em laranja. Ambas estão sob o chapéu da seção “Você investe”, publicada às segundas-feiras e voltada a investidores.

A reportagem da seção deste dia traz título em duas linhas, em caixa alta e baixa, e em quatro colunas estreitas. As peças utilizadas são duas: um gráfico sobre as perdas de ações de empresas, em duas colunas, e box de três tópicos sobre histórico e expectativas de oscilação do valor dos papéis, diagramado em uma coluna. A foto da reportagem, em uma coluna, traz um analista do setor de energia entrevistado no texto e ela é o elemento visual dominante da página, que é a última de Economia. No nível 2, separada por fio do conteúdo anterior e diagramada em seis colunas estreitas, o jornal publica tabela de indicadores econômicos nas cores preto, para o texto, e cinza, usado no preenchimento de células.

---

<sup>44</sup> O GLOBO, op. cit., 2012a, p.14.

## 5.4 – Edição de terça-feira

Cinco páginas compõem a editoria nesta data. Do número, apenas uma, a última do caderno, publicou matéria sobre as duas décadas do Real. Depois de trazer na capa chamada sobre o especial no friso e matéria principal a respeito da previsão do PIB, a editoria usa a mesma estrutura na segunda página, com colunista à esquerda e matérias e anúncios no espaço remanescente (ver Anexo 16). Neste dia, sob o chapéu “Sem fôlego”, duas reportagens divididas por fios – ou seja, não vinculadas – estão presentes nessa página, que não contém foto. O elemento visual predominante que se apresenta é o gráfico de investimentos que acompanha a segunda matéria, a qual ocupa três das quatro colunas estreitas. De resto, os anúncios no nível 2. Branco na página só a microcoluna entre o box do colunista e o conteúdo à direita. Os textos da página economizam entretítulo: somente o segundo divide o bloco com esse recurso; o primeiro, sem foto ou peças, que é o abre da página, aparece como uma massa monolítica, formato proibido no redesenho.

A terceira página é dedicada à Argentina e aos “fundos abutres” (ver Anexo 17). A estrutura da página se baseia no leiaute C, no qual contém coluna lateral estreita. No manual, a observação: a coluna estreita é uma opção para boxes de pontos, frases e repercussões<sup>45</sup>. Na página em estudo, entretanto, a coluna estreita foi dedicada inteiramente a um anúncio. A microcoluna o divide do conteúdo editorial: no nível 1, uma reportagem, e no 2, um artigo envolvido na peça de gênero visualmente destacado num box com a etiqueta “Artigo” em azul corporativo sublinhado por um filete da mesma cor, que acredita-se ser voltada à concentração, à reflexão. A reportagem se divide em uma coluna média, uma estreita – preenchida por olho – e outras duas médias. O elemento visual dominante é a foto em três colunas de um homem caminhando em frente a um muro com cartazes que retratam aos fundos; a segunda foto ocupa duas colunas e retrata a foto de um homem. Não há peças, e o artigo que também trata do assunto, no nível 2, dispensa o fio, ou seja, indica ao leitor que os dois textos estão amarrados na mesma temática.

A estrutura D foi a utilizada na penúltima página (ver Anexo 18) com coluna lateral média, ideal para peças de opinião, de pontos e de repercussões, segundo o manual<sup>46</sup>. Ela foi usada no caso para uma reportagem de meia página, no nível 1. O abre da página estampa

---

<sup>45</sup> Idem, p.47.

<sup>46</sup> Idem, p.48.

matéria sobre recall da GM, de três colunas largas, e foto – elemento dominante – em duas colunas. As reportagens secundárias não têm vínculo com a principal e, neste segundo nível, dividem-se em seis colunas estreitas, três para cada uma. Existem dois fios que as separam do nível 1 e o título ganha formato em negrito em decorrência dessa separação. Nota-se também a microcoluna em branco que separa, em obediência à regra do redesenho, a coluna lateral do abre da página. Abaixo da reportagem sobre o aeroporto de Cumbica um fio a separa de um anúncio de uma coluna, bem como o quadro de remissão ao conteúdo on-line em duas colunas, de quatro tópicos, incluído ali certamente para evitar joelho<sup>47</sup>, proibido pelo projeto. Já o pé da página traz a tabela dos indicadores econômicos separada do restante do conteúdo por um fio que corta as seis colunas estreitas que a compõem.

A última página de Economia da terça-feira publicou matéria sobre a série dos 20 anos do Real com o chapéu temático no topo (ver Anexo 19). O nível 1 se divide em quatro colunas largas; a foto, visualmente dominante, está abaixo do antetítulo em laranja e do título e subtítulo em preto e, juntos, os três elementos ocupam as duas colunas centrais. O antetítulo e o título seguem o formato de especiais, em caixa alta. No nível 2 outra matéria, com título também em caixa alta, e vinculada à principal, está contida em seis colunas estreitas e, ao pé da matéria, a remissão ao site do *Globo*. A matéria secundária é uma massa de texto dividida em dois tópicos, cada um com depoimentos de personagens diferentes. No fim da matéria principal há a peça de remissão das reportagens da série, nas mesmas características das anteriores, mas limitada à última coluna larga. Branco na página só existe nas laterais do chapéu temático e do título da matéria secundária; no abre, a massa de texto só é interrompida por um olho em fonte de corpo superior e um entretítulo.

## 5.5 Edição de quarta-feira

No último dia em que *O Globo* publicou a série especial, a editoria apresentou cinco páginas, duas delas dedicadas ao Real. Da dupla, uma está na seção Defesa do Consumidor. No abre do caderno, como descrito, a série ganhou espaço tão somente no friso informativo, que destacou a reportagem a respeito do custo de vida nas duas décadas da atual moeda. Realçado na cor laranja, a cifra “61%” é escrita em corpo maior; a porcentagem representa a diferença do custo de vida tratado no texto.

---

<sup>47</sup> Joelho é um jargão cujo significado não foi encontrado na bibliografia pesquisada para este trabalho. Pela experiência do autor na redação do jornal, o termo refere-se a colunas de texto de altura variável. Evitá-lo significa diagramar o campo de texto em uma área retangular.

Na segunda página do dia a estrutura é idêntica às demais edições estudadas (ver Anexo 21). O que muda é a quantidade de anúncios que ocupa praticamente a metade da página, no nível 2, e um anúncio pouco superior à medida de uma coluna larga e de igual tamanho do box do colunista localizado sobre essa peça na parte superior esquerda da mancha gráfica, primeiro ponto da zona de visão do leitor. O abre da página ocupa quatro colunas estreitas, e a foto, que domina o campo visual, se situa em três dessas colunas. Não há peças, gêneros ou olhos: o bloco de texto só é rompido por um entretítulo, e uma microcoluna separa o espaço do colunista dos demais elementos.

Clara distinção das outras páginas é a estrutura apresentada na terceira página desta data (ver Anexo 22). O nível 1 é dividido por seis colunas estreitas, duas delas destinadas à peça de opinião em formato de minisseção, mas a única com barra superior em azul corporativo – já que a cor é ligada à reflexão, nada mais oportuno que ligá-la no espaço destinado à voz, ao ponto de vista do veículo. A matéria só é um bloco de texto com nenhum tipo de elemento gráfico complementar. O nível 2 é preenchido pela tabela de indicadores econômicos e, entre a matéria principal e os indicadores, ambos separados por fios, a página é ocupada por um único anúncio, que abrange metade do espaço de cada nível. A regra de diagramação do *Globo* informa que em páginas com muitos anúncios admitem-se imagens em tamanho proporcional à área que resta para as matérias. Se não houver imagem, o que vale é destacar peças complementares e o uso de espaços em branco. Neste último caso, o jornal deixou de cumprir a recomendação.

A seção “Defesa do Consumidor” é a que está contida na página posterior (ver Anexo 23). A estrutura é similar à da publicada no domingo e analisada no tópico 4.2: contém o friso informativo seguido de um fio que o separa da matéria principal, sob o chapéu temático da série, e a coluna lateral média – espaçada pela microcoluna em branco – usada para a minisseção “Mala direta”. O que diferencia a seção presente em relação à anterior é a matéria principal: a atual está circundada em box com a etiqueta “Entrevista”, na cor laranja e em caixa alta. A peça é composta por três colunas médias e uma de medida inferior à coluna estreita usada para destacar trechos da fala da fonte. A foto, que registra a entrevistada, dominante na página, está no topo da peça e engloba as colunas. Título e subtítulo ocupam duas médias; logo na sequência vêm um filete em azul corporativo e um *lead* de corpo superior ao da fonte do texto.

A última página é variada quanto aos gêneros (ver Anexo 24). A estrutura é a F: duas colunas estreitas na lateral para gêneros vinculados, como entrevistas longas. E para essa finalidade foi utilizado sob o gênero “Corpo a corpo”, que contém no fim a chamada para a



internet. Toda a página é dividida em seis colunas estreitas. O abre de página traz antetítulo em laranja e título em preto e ocupa quatro colunas. Já o elemento visual dominante da página é o gráfico, também em quatro colunas, abaixo do subtítulo na cor preta. Sob a matéria a peça de remissão às reportagens da série publicadas no domingo, segunda e terça-feira. Um fio separa o conteúdo editorial do anúncio, o único da página, que ocupa as seis colunas. Desta vez, no entanto, não há espaço em branco entre a coluna lateral e o abre de página – item obrigatório, o que deixa a página completamente preenchida.

## 5.6 Observações gerais

Existe regularidade nos leiautes utilizados para diagramar as páginas analisadas. O mais recorrente é destinado à segunda página, par, do caderno de Economia: há o box do colunista à esquerda e, no restante da mancha gráfica, textos dividem a área com anúncios. A separação do colunista com o conteúdo remanescente ocorre por meio de uma microcoluna em branco. Em um redesenho que destaca maior prioridade e recorrência de arejamento das páginas, o recurso foi usado timidamente, visto que o branco mais se apresenta nos leiautes por essa regra de dividir as colunas laterais do espaço que resta na página. E essa norma é ainda quebrada, como observada a ocorrência na última página de quarta-feira (ver Anexo 24). Noutra ocasião, em que o branco era obrigatório na página preenchida majoritariamente por anúncio, não foi usado, na terceira página também de quarta-feira (ver Anexo 22).

Além disso, o branco só foi encontrado nos espaços laterais do chapéu temático, acima dos fios de separação em menor espessura, e os olhos e entretítulos também cumpriram o papel de organização e arejamento. Os entretítulos, por outro lado, pouco foram usados, em especial no caso da segunda página de terça-feira (ver Anexo 16), em que o texto no nível 1 foi publicado como uma massa de informações, sem peças ou foto, cenário rechaçado pelo projeto gráfico. Não há atrativo para o leitor se interessar pela notícia sobre o déficit nas contas públicas. Ainda sobre os claros nas páginas, as duas capas do caderno, de domingo e de segunda-feira (ver Anexos 7 e 11), foram preenchidas por texto, embora apresentassem foto e box que dominaram visualmente as páginas, e variaram a narrativa em *features* no nível 2, com separação notória do tipo de conteúdo em relação às matérias principais.

Ao se colocar em prática a leitura gráfica apontada por Prado (apud SILVA, 1985, p.39), pela qual o leitor tem a percepção ordenada para atender à significação do discurso, nota-se que *O Globo* prioriza a série especial nos dois primeiros dias – destaque para a cor laranja presente nos antetítulos, em caixa-alta, bem como os títulos; o desenho do chapéu

temático e os elementos dominantes, box e foto nas duas capas em questão, além dos *features*, que anteciparam de maneira visual outra matéria relacionada à série. Na medida em que os dias passam, a organização do discurso gráfico põe em segundo plano o especial do Real: conduz o leitor às notícias da pauta do dia e reduz a série temática a uma chamada no friso situado no topo de cada capa.

Na distribuição do conteúdo o resultado foi positivo. Volumes extensos de textos foram divididos em tópicos para separar temas, perguntas – no caso de entrevistas – ou declarações de diferentes personagens das matérias (ver Anexos 9 e 19). As etiquetas dos gêneros, nas cores azul corporativo ou laranja, deram destaque a eles, bem como nas notas de remissão ao on-line e o uso do fio para separar textos sem temas inter-relacionados. O uso de peças foi sistemático, embora não frequente – predominaram os boxes de ranking e de tópicos e gráficos. A nota negativa está no uso único do box de números (ver Anexo 13); por ser simples, poderia ocupar as massas de textos onde as peças estiveram ausentes e fizeram falta, como no caso do abre da editoria de terça-feira (ver Anexo 15), da quarta página deste dia (ver Anexo 18) ou na segunda página de quarta-feira (ver Anexo 21).

Seria desonesto ligar as falhas observadas na análise das páginas a um suposto despreparo ou má-fé do profissional no cuidado com o planejamento e diagramação do jornal. A ineficiência em seguir o roteiro traçado pelo projeto gráfico pode envolver questões externas ao desempenho dos profissionais. Nesse aspecto é importante recordar a teoria do jornalismo conhecida por *newsmaking*. Ela leva em consideração, entre outros fatores, as rotinas de produção da notícia. Segundo a visão do teórico Mauro Wolf baseada nas ideias da pesquisadora Gaye Tuchman, ambos citados por Pena (2012), o modelo apresenta três vertentes: a cultura profissional dos jornalistas, a organização do trabalho e os processos produtivos. Ele explica:

Tuchman quer dizer que o processo de produção da notícia é planejado como uma rotina industrial. Tem procedimentos próprios e limites organizacionais. Portanto, embora o jornalista seja participante ativo na construção da realidade, não há uma autonomia incondicional em sua prática profissional, mas sim a submissão a um planejamento produtivo. O que diminui a pertinência de alguns enfoques conspiratórios na teoria do jornalismo, como, por exemplo, o paradigma da “manipulação da notícia”. Assim, uma suposta intenção manipuladora por parte do jornalista seria superada pelas imposições da produção jornalística. (PENA, 2012, p.129)

As imposições a que Pena se referiu foram encontradas no relato do cotidiano de dois repórteres entrevistados para este trabalho<sup>48</sup>: falta de profissionais para dar conta do ritmo de trabalho e procedimentos internos que atrapalham ou dificultam a produção. Os profissionais do *Globo* ouvidos preferiram ocultar a identidade, e, para facilitar a citação das fontes, a atual repórter da empresa será chamada de “A” e o segundo, que deixou o jornal em 2015, de “B”.

Os exemplos dados pela repórter A, em relação às imposições citadas no parágrafo anterior, são a obrigatoriedade da produção multimídia, cuja remissão no impresso é constante, e o modo como é agendada as fotos para as reportagens, predominantemente no papel de elementos dominantes nas páginas:

Na minha visão, ainda falhamos com relação ao conteúdo multimídia. O complementar além do papel, como a realização de vídeos, enquetes... Muito por conta do pouco tempo que temos para produzir a matéria principal e de toda a logística e tempo que demanda a produção de um vídeo. Com relação às fotos, tenho uma crítica sobre a marcação delas. Dificilmente repórter e fotógrafo vão juntos à pauta, principalmente quando trata-se de personagem, ou discutem a pauta juntos, antes da produção da imagem. A marcação é feita por meio do preenchimento de um formulário de Pedido de Foto. A falta de diálogo, a meu ver, leva, muitas vezes, a fotos inadequadas ao real sentido da matéria.<sup>49</sup>

A saída de profissionais na empresa causada por demissões justificadas por “medida de otimização após a revisão de dos processos (sic) da empresa”<sup>50</sup> deságua em outro modelo teórico do jornalismo: a teoria organizacional. Esse modelo diz que “toda organização dispõe de meios específicos para a realização de seu trabalho e eles influenciam diretamente o resultado desse trabalho” (PENA, 2012, p.135). O fator econômico é o mais influente dos condicionantes no trabalho jornalístico, dependente dos meios utilizados pela organização. Isso porque o jornalismo é negócio e busca o lucro, resume o autor, que conclui: o balanço contábil tem relevância. Num momento em que as plataformas de publicação das notícias se diversificam e o trabalho aumenta, a redação encolhe. O resultado é visto nas páginas do jornal: sem conseguir tempo o suficiente para criar novas narrativas a fim de atender às exigências aplicadas no projeto gráfico, os jornalistas ocupam o tempo entregue às pressões e têm o lado criativo prejudicado, segundo relata a repórter entrevistada:

---

<sup>48</sup> Entrevistas concedidas ao autor por e-mail.

<sup>49</sup> Idem.

<sup>50</sup> Em janeiro de 2015, a redação de *O Globo* passou por demissões em série. Outros setores da Infoglobo também sofreram cortes. Disponível em: <<http://jornalistas.org.br/index.php/nota-do-sindicato-em-repudio-as-demissoes-em-serie-na-infoglobo>>. Acesso em mar. 2015.

O trabalho é muito mais desgastante. Pois não basta mais só apurar bem e redigir um bom texto. Você tem de ir muito além disso. O problema é que esse desgaste e pressão pelo multimídia acabam surtindo efeito contrário, e a estafa faz com que você se torne menos criativo, pois passa a maior parte do tempo executando em vez de criar.

Na opinião do repórter B a carga de trabalho aumentara “um pouco”. Houve uma compensação, na visão dele, no momento em que o repórter passa a tomar as rédeas das peças gráficas. “O repórter”, justifica, “acaba ganhando porque de repente não precisa escrever aquele parágrafo citando uma penca de números; pode reservá-los num box” ou

em vez de entremear a reportagem com referências a diversos fatos passados para contextualizar, pode propor a linha do tempo para orientar o leitor. Ou ainda, numa reportagem especial sobre um grande tema, propor um pequeno videodocumentário, como já foi feito diversas vezes na editoria. No fim, todos ganham. É uma experiência, para o repórter, de “microedição”, de pensar em outras maneiras de transmitir seu conteúdo, e isso é uma habilidade muito valiosa nos tempos multimídia atuais.<sup>51</sup>

Não obstante as observações acima registradas, ambos concordam que o projeto gráfico de 2012 do *Globo* trouxe contribuições positivas às páginas do noticiário de economia. Para a repórter A, as peças gráficas em uma editoria baseada em números tornaram a área “mais palpável”; os *features*, em particular, “trouxeram mais leveza ao conteúdo da editoria, pois nesse espaço é possível abordar temas mais pop e do dia a dia dos nossos leitores”. Para B, as peças tiraram a “aridez do texto” e facilitaram na comunicação da mensagem. O leitor, por exemplo, não deve saber muito sobre o mercado de trabalho além do cotidiano dele, “mas ao ver um gráfico com a taxa de desemprego e a linha num crescendo, a mensagem principal foi passada”. Ele, contudo, faz uma ressalva relacionada à arte atual do jornal em comparação com o que era antes adotado:

Um ponto negativo desta reforma foi que ela “padronizou” de certa forma o tratamento visual das infografias, que vinham sendo abordadas no jornal de forma bastante artística e ganhando sucessivos prêmios. Essas infografias “artísticas” – um info [*infográfico*] sobre queda de avião em formato de avião, etc – no entanto, acabavam demandando muito tempo para serem produzidas, e não tiveram lugar diante da demanda crescente por peças gráficas para demais reportagens. Em vez de concentrar em poucos infos especiais, houve uma opção por uma quantidade maior, com um visual básico menos conectado ao assunto.<sup>52</sup>

---

<sup>51</sup> Entrevista concedida ao autor.

<sup>52</sup> Idem.

## 6 CONCLUSÃO

*“O receptor é o grande enigma da comunicação”*  
(Dominique Wolton)

A cada reforma gráfica, uma promessa de melhor experiência de leitura para os consumidores de jornal impresso. Este trabalho mostrou que ao longo da história da imprensa brasileira os diários, movidos por razões culturais, econômicas ou políticas, precisaram se adaptar para se manterem nas ruas quando se trata de produzir informação de qualidade. No que se refere ao caderno de economia, o cuidado em explicar pesquisas, gráficos, índices etc. para o público não habituado aos jargões do ramo requereram esforço contínuo.

Perguntar a um jornalista o que é fundamental na reportagem de economia, a resposta é certa: traduzir o “economês”, deixar atraente um tema árido ao receptor da informação, o qual é quem detém a decisão final de lê-la; por essa condição do leitor, Wolton o definiu como “enigma”. Se nada prender a atenção dele, a cobertura terá sido inútil.

No caso de *O Globo*, o objetivo foi alcançado pela forma apresentada no discurso gráfico. O destaque do redesenho de 2012, que norteia o presente estudo, foi a solução gráfica encontrada para os gêneros jornalísticos chamados de “conteúdo de valor agregado” que orbitam em torno da reportagem principal e envolvem narrativas de contexto, análises, entrevistas. Outra importância dada foi à criação de peças para uso “de forma consistente”, que enriquecesse o conteúdo ao levar ao primeiro nível de leitura informações existentes no texto do repórter. O que se constata nas páginas analisadas é que a edição do jornal só cumpre as diretrizes estabelecidas em relação aos gêneros: as matérias mais leves e interessantes, contidas em *features* e acompanhadas por foto se diferenciaram, inclusive pelos formatos das tipografias e vinhetas. Artigos analíticos e opinativos também se destacam em Economia pela mesma razão, e o uso é constante.

Presente nem tanto nesta análise são os boxes, peças simples compostas por filete vertical e título, usadas para serem preenchidas com informações objetivas – em tópicos ou não – para realçar dados. Fica nítida a falta que elas fazem em determinados blocos de matérias, às vezes com nenhuma peça acessória para convidar à leitura. Os textos longos, mesmo aqueles acompanhados por fotos, olhos ou entretítulos, apresentam formato monolítico devido à falta de boxes, mesmo os mais simples. A exceção se aplica às artes, mais complexas, dedicadas a ranquear países com base no desempenho do PIB e da inflação de cada um e à linha de tempo que retrata o progresso da lei de defesa do consumidor.

Importante também é a presença de gráficos coloridos utilizados para representar a variação de papéis na Bolsa, do custo de vida em capitais brasileiras, do orçamento de itens básicos ao longo da história do Real.

Os entretítulos e os olhos, elementos textuais, mas que graficamente dão uma pausa na leitura e proporcionam-na leveza, foram ferramentas usadas de maneira recorrente – especialmente os olhos em colunas falsas –, mas insuficientes frente à promessa de maior uso de branco a partir da reforma gráfica de 2012. Os claros mais recorrentes estavam presentes nos leiautes pré-formatados, nos quais as colunas laterais, de formato variado, deveriam estar separadas em um dos dois níveis das páginas, ou em ambos, por uma microcoluna. Ademais, tais espaços foram encontrados ao redor dos chapéus, acima dos fios de separação de matérias, em menor tamanho, e nos casos relatados acima. Em leiautes dedicados à série sobre o Plano Real, o branco inexistia e o conjunto das informações preenche a mancha, cujo resultado se torna o inverso ao arejamento pretendido. Pelos espaços em branco restringirem-se às colunas laterais pré-estabelecidas, constata-se que o projeto engessou e prejudicou o aproveitamento desse recurso; a liberdade para empregá-lo em outros pontos da página – para dividir verticalmente blocos de matérias, por exemplo – não são encontrados. Nas oportunidades em que poderia ter sido aplicado nas páginas de reportagens especiais, que por regra permitem mais flexibilidade na estruturação dos leiautes, pouco fê-lo.

Ainda sobre as páginas especiais, o formato dos antetítulos e títulos, sobretudo pela cor laranja, cumprem o dever de chamar a atenção dos leitores para o conteúdo jornalístico especial, bem disposto nos abres. O tamanho e a cor colaboram para dar a ênfase necessária. As fotos em primeiro nível, maiores, estampam seres humanos personagens das matérias ou retratam momentos relacionados à época do Plano, como o de consumidores com calculadoras à mão no supermercado às voltas com a inflação, ou seja, a informação contida nas fotografias fogem da burocracia de publicar fotos de rostos de autoridades, fontes oficiais, especialistas; o que está impresso ali aproxima-se da realidade de quem lê o jornal e coopera para uma experiência de leitura mais agradável<sup>53</sup>. Nas demais reportagens, as fotos também seguem o padrão, o que é imprescindível porque quase a totalidade delas desempenha o papel de elemento visual dominante nas páginas. Mediante as constatações expostas, para este autor a

---

<sup>53</sup> A experiência deste autor na redação de *O Globo* reforça a afirmativa. Nas reuniões de pauta de Economia para especiais dos finais de semana e nas reportagens diárias era imprescindível a busca por personagens cujas histórias de vida retratassem os números tratados nos textos. Os exemplos são diversos: crescimento do número de jovens que nem trabalham e nem estudam; arrefecimento do consumo das famílias; quedas nas vendas devido ao aperto monetário; empregadas beneficiadas com a nova lei das trabalhadoras domésticas etc. É comum que os estagiários da editoria deem apoio aos repórteres na execução das pautas por meio dessa pesquisa por fontes.

hipótese de que a reforma gráfica contribui para a compreensão do noticiário econômico foi, em parte, comprovada.

Vale aqui ressaltar as condições de trabalho a que os jornalistas se encontram ao terem que produzir conteúdo multimídia e se adaptar às exigências da profissão, que busca modelo de negócio que dê retorno financeiro à empresa para que a mantenha de pé. É inconteste a sensação de insegurança e trabalho sobrecarregado nas redações em virtude das recorrentes demissões nas redações enquanto aumenta a necessidade de se produzir para a Internet texto, foto, vídeo, documentário e postagens nas redes sociais. Além de tudo há o impresso, produto ainda responsável por mais de 90% do faturamento da empresa, que deve estar na manhã seguinte com conteúdo fresco e analítico comparado àquele noticiado no dia anterior – razão de ser dos gêneros de valor agregado criados para as páginas de *O Globo*.

Este estudo pretende dar mais um passo no esclarecimento sobre a eficácia do discurso visual na imprensa, em especial no caderno de economia, campo cujos estudos ainda são incipientes e a bibliografia disponível, escassa. Novas abordagens são indispensáveis para se entender e propor novos caminhos para a melhoria da cobertura econômica em direção a uma publicação de mais qualidade e de melhor apresentação gráfica. Importante também levar em consideração o ambiente de trabalho, fator determinante no resultado da produção de notícias que consumimos nas bancas e pelas telas do computador, tablets e *smartphones*.

## 7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ARAGÃO JÚNIOR, Octavio C. **A óptica sócio-política da arte sequencial de Angelo Agostini em algumas das páginas de 'O Cabrião' (1866 - 1867) e d'A Revista Ilustrada (1876 - 1898)**. 2002. Dissertação (Mestrado em Artes Visuais) – Escola de Belas Artes, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2002.
- BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. Rio de Janeiro: Ministério da Educação, 1964.
- \_\_\_\_\_. **Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo**. São Paulo: Ática, 1990.
- BARBOSA, Marialva. **História cultural da imprensa: Brasil - 1990-2000**. Rio de Janeiro: Mauad X, 2007.
- BASILE, Sidnei. **Elementos de jornalismo econômico: a sociedade bem informada é uma sociedade melhor**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.
- BIAL, Pedro. **Roberto Marinho**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.
- CALDAS, Suely. **Jornalismo econômico**. Rio de Janeiro: Contexto, 2008.
- CARVALHO, Maria Alice R. **Irineu Marinho: imprensa e cidade**. São Paulo: Globo, 2012.
- CASTRO, Paulo César. **A dimensão não-verbal da enunciação jornalística: a reforma gráfica do jornal 'O Globo'**. 1996. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1996.
- \_\_\_\_\_. **A enunciação não-verbal dos jornais 'Última Hora' e 'Jornal do Brasil' sob as estratégias de planejamento visual de Andrés Guevara e Amílcar de Castro**. In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009, Curitiba.
- CHIARINI, Adriana Barreto. **Como os diários impressos podem continuar interessantes com a concorrência dos serviços em tempo real? – As reformas de 'O Globo' em 1995 e do 'Correio Braziliense' em 2000: à procura de respostas**. 2000. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade de Brasília, Brasília, 2000.
- DINES, Alberto. **O papel do jornal: uma releitura**. São Paulo: Summus, 1986.
- DONDIS, Donis A. **Sintaxe da linguagem visual**. São Paulo: Martins Fontes, 2003.
- ERBOLATO, Mário L. **Técnicas de codificação em jornalismo: redação, captação e edição no jornal diário**. São Paulo: Ática, 2008.



FERREIRA JUNIOR, José. **Capas de jornal: a primeira imagem e o espaço gráfico - visual**. São Paulo: Senac, 2002.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão**. São Paulo: Gustavo Gili, 2013.

KUCINSKI, Bernardo. **Jornalismo econômico**. São Paulo: Edusp, 1996.

LESSA, Washington Dias. **Dois estudos de comunicação visual**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

LINS DA SILVA, Carlos Eduardo. Informações de valor. IN: **Revista de Jornalismo ESPM**. Março, abril e maio de 2012. São Paulo: ESPM, 2012.

LUSTOSA, Isabel. **O nascimento da imprensa brasileira**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

MORAIS, Fernando. **Chatô: o rei do Brasil, a vida de Assis Chateaubriand**. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

NOSSO PLANETA. **Integração é a marca**. Nosso Planeta, Rio de Janeiro, out. 2014. Especial Essência Globo.

O GLOBO. Ano 89. Edições números 29.546 a 29.549. Rio de Janeiro, Grupo Globo, 2014. Jornal diário.

\_\_\_\_\_. **Bem-vindo ao projeto gráfico 2012: um guia para você conhecer a identidade visual e as novas regras para editar e diagramar 'O Globo'**. Rio de Janeiro, 2012a.

\_\_\_\_\_, Rio de Janeiro, 29 jul. 2012b. **'O Globo' de sempre, agora de cara nova**. Caderno Especial.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: Léo Christiano/Eduff, 2002.

PENA, Felipe. **Teoria do jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2012.

PEREIRA, Aldemar d'Abreu. **Tipos: desenho e utilização de letras no projeto gráfico**. Rio de Janeiro: Quartet, 2007.

QUINTÃO, Aylê-Salassié Filgueiras. **O jornalismo econômico no Brasil depois de 1964**. Rio de Janeiro: Agir, 1987.

RIBEIRO, Ana Paula Goulart. **Imprensa e história no Rio de Janeiro dos anos 1950**. Rio de Janeiro: E-papers, 2007.

SAMARA, Timothy. **Grid: construção e desconstrução**. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

SILVA, Jorge Antonio Monteiro. **Como planejar e produzir um projeto gráfico**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1990.

SILVA, Rafael Souza. **Diagramação: o planejamento visual gráfico na comunicação impressa**. São Paulo: Summus, 1985.

SODRÉ, Nelson Werneck. **História da imprensa no Brasil**. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

WOLTON, Dominique. **É preciso salvar a comunicação**. São Paulo: Paulus, 2006.

### *Sites consultados*

Associação Nacional de Jornais. Disponível em: <<http://www.anj.org.br>>. Acesso em: nov. 2014.

Grupo Globo. Disponível em: <<http://www.grupoglobo.globo.com>>. Acesso em: nov. 2014.

Infoglobo. Disponível em: <<http://www.infoglobo.com.br>>. Acesso em: nov. 2014.

Jornal *O Globo*. Disponível em: <<http://www.oglobo.com.br>>. Acesso em: nov. 2014.

Meio e Mensagem. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br>>. Acesso em: mar. 2015

Memória jornal *O Globo*. Disponível em: <<http://www.memoria.oglobo.globo.com>>. Acesso em: nov. 2014.

Memória Roberto Marinho. Disponível em: <<http://www.robertomarinho.com.br>>. Acesso em: nov. 2014.

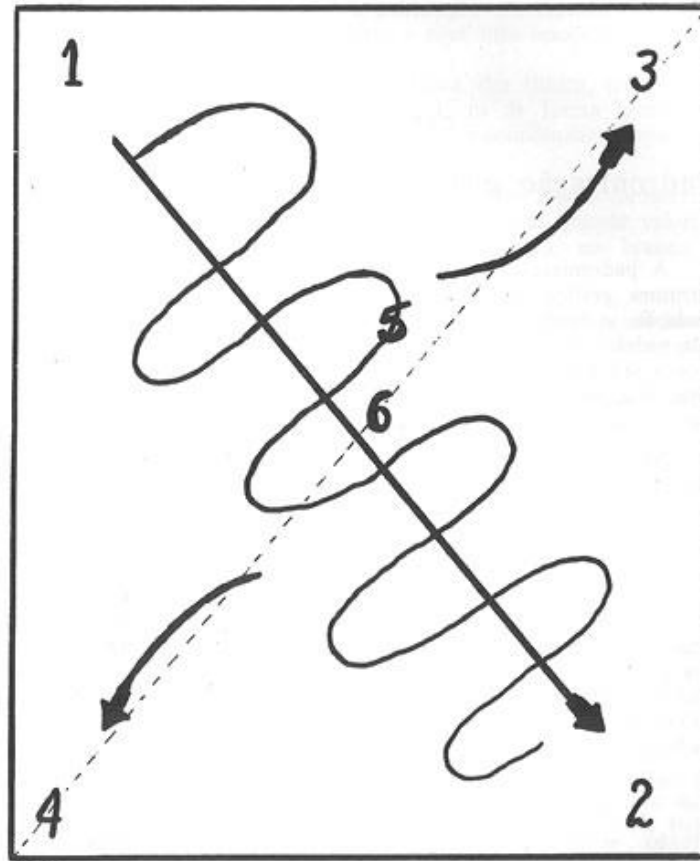
Observatório da Imprensa. Disponível em: <<http://www.observatoriodaimprensa.com.br>>. Acesso em: dez. 2014.

Portal Brasil. Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br>>. Acesso em: mar.2015.

Sindicato dos Jornalistas Profissionais do Município do Rio de Janeiro. Disponível em: <<http://www.jornalistas.org.br>>. Acesso em: mar. 2015.

## 8 ANEXOS

### 1) Zonas de visualização



- 1. Zona primária
- 2. Zona secundária
- 3. Zona morta
- 4. Zona morta
- 5. Centro ótico
- 6. Centro geométrico

## 2) Tipografia



3) Gêneros/peças gráficas

Título corpo 27 em 3 linhasp

Contexto

Pacificada há pouco, comunidade vive rotina de sossego que metade de

ASSINATURA assinatura\_mail@oglobo.com.br

Lo rem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse

Juventude e esperança

Artigo

DOM PEDRO LOUZ STRECHENHO

As Jornadas Mundiais da Juventude (JMJ) são uma aposta da Igreja católica nos jovens como esperança para a humanidade. São esses encontros uma verdadeira primavera para a Igreja católica, em que a juventude desabrocha como protagonista de uma nova evangelização, como poconizou o Beato João Paulo II, inspirador e realizador de tantas jornadas e hoje seu patrono espiritual. Em 1983, João Paulo II altera o Ano Santo de Redenção com o lema: "Abri as portas ao Redentor". Mandou colocar a Cruz do Ano Santo, ou Cruz do Jubileu, ao lado do altar na Basílica de São Pedro. No encerramento, em abril de 1984, entregou a cruz aos jovens e estes consecraram segunizar peregrinações, nos diversos continentes, com essa cruz que passou a ser conhecida como Cruz Peregrina. Cruz dos Jovens ou Cruz das JMJ. Na 18ª JMJ, em Roma 2003, João Paulo II presenteou os jovens com um ícone da Virgem Maria, afirmando: "Hoje eu confio a vocês o ícone de Maria. De agora em diante, ele vai acompanhar as Jornadas Mundiais da Juventude, junto com a cruz. Contemplam a sua

lizador e missionário. O país que sedia a jornada acolhe e Papa, o qual, como pastor da Igreja católica, acolhe, com alegria e paternal afeto, mais de um milhão de jovens de todo o mundo. Igreja, governo e sociedade civil se unem na organização e na acolhida dos peregrinos para garantir segurança, ordem e tranquilidade. Milhares de jovens se inscrevem e se apresentam como voluntários. Identificados e uniformizados, eles fazem a diferença oferecendo seu serviço gratuito, generoso e eficaz. Os jovens que participam testemunham sua fé de forma pública e vibrante, sentido-se confirmados e fortalecidos em suas convicções, na alegria de viver e se comprometem, imitando Jesus Cristo, mestre e senhor. A Arquidiocese do Rio de Janeiro, tendo à frente seu arcebispo Dom Orani João Tempesta, cuida, nos últimos dois anos, a tarefa gigantesca de preparar a Jornada, que culmina na vigília de oração do Papa com os jovens. no sábado à noite, e a missa de envio, no domingo de manhã. Os jovens passam a noite no local, um mar de gente, cruzes bandeiras, Montili.

Título corpo 27 em 3 linhas

Análise

Pacificada há pouco, comunidade vive rotina de sossego que metade de seus moradores não

ASSINATURA assinatura\_mail@oglobo.com.br

Lo rem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Opinião

FARRA SINDICAL

DEFESA CIVIL estadual não tem um balanço, mesmo que parcial, do número de pessoas desabrigadas e desalojadas, uma vez que militares da corporação ainda está o em campo, ajudando os municípios mais afetados

FAMÍLIAS INTEIRAS morreram com a força da enchente ou com deslizamentos, biram até 5 metros e invadiram casas encaustadas pela terra que desceu as encostas.

COM RUAS e estradas bloqueadas, equipes de buscas têm dificuldade para remover corpos ou tentar resgatar moradores presos sob upatemped qui dis magnam.

UM ANO DA ENXURRADA

Futebol no Dia da Favela

Prefeito continua esperando apoio da população para evitar

Balanço, mesmo que parcial, do número de pessoas desabrigadas e desalojadas, uma vez que militares da corporação ainda estão em campo, ajudando os municípios mais afetados e socorrendo vítimas. Famílias inteiras morreram com a força da enchente ou com deslizamentos. Em alguns pontos, rios subiram até 5 metros e invadiram casas enquanto os moradores dormiam.

No tempo que tudo estava muito bem dia 7 deste mês iniciativa começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone extratropical Metropolitano de São Paulo, receberam ontem uma visita e um pedido de desculpas inusitados. Relacionados às interrupções no fornecimento de energia no dia 7 deste mês iniciativa começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone extratropical Metropolitano de São Paulo, receberam desculpas inusitados. fornecimento de energia no dia 7 deste mês iniciativa começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone extratropical Metropolitano de São Paulo, repedido de desculpas inusitados. Relacionados às interrupções no fornecime. ●

"Sou contra a qualquer coisa"

Corpo a corpo

Sérgi Barrichello

Dilma para dolorem ips lorem dolorem ips lorem ipsum lorem ipsum lorem ispúmdsvcd

A iniciativa comeniciativa começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone extratropical que atingiu a área de concessão da distribuidora e vai se estender para outras.

● Cum incto dit expel molest, conse ditae volore nesequis accus, qui cum quam lique volord?

começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone mais afetadas pelo ciclone extratropical que atingiu a área de concessão da distribuidora e vai sea de concessão da distribuidora e vai sea de concessão da distribuidora e vai se estender para outras. ciativa começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo área de concessão da ra outras.

● Cum incto dit expel molest, conse quam lique volord?

Começou ontem pelas localidades mais afetadas pelo ciclone mais afetadas pelo ciclone extratropical que atingiu a área de concessão da distribuidora e vai se estender para outras. ciativa começou ontem pelas afetadas pelo ciclone. ●



Frente a frente



**Gilberto completa**  
Em junho, João Gilberto completa 80 anos. A ideia é celebrar a data.



**Gilberto completa**  
Em junho, João Gilberto completa 80 anos. A ideia é celebrar a data com um.

Sobe e desce



Em junho, João Gilberto completa 80 anos. A ideia é celebrar a data com um grande show.



Em junho, João Gilberto completa 80 anos. A ideia é celebrar a data com um grande show.

Palavra de especialista

**A VISÃO DE: João Silva,**  
engenheiro agrônomo e diretor

CRÔNICA DE UMA PERSEGUIÇÃO

Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a Em junho, João. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, sae rum reperit.. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam,

Reações

"O Carioca sofre com o esgoto de favelas, mas as ligações clandestinas na cidade também o prejudicam."

**Angela Merkel**  
Maior contingente de pessoas

"O Carioca sofre com o esgoto de favelas, mas as ligações clandestinas na cidade também o prejudicam."

**Angela Merkel**  
Maior contingente de pessoas

Memória

CRÔNICA DE UMA PERSEGUIÇÃO

Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a Em junho, João. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, sae rum reperit.. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habEm junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a Em junho, João. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, sae rum reperit.. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil hab

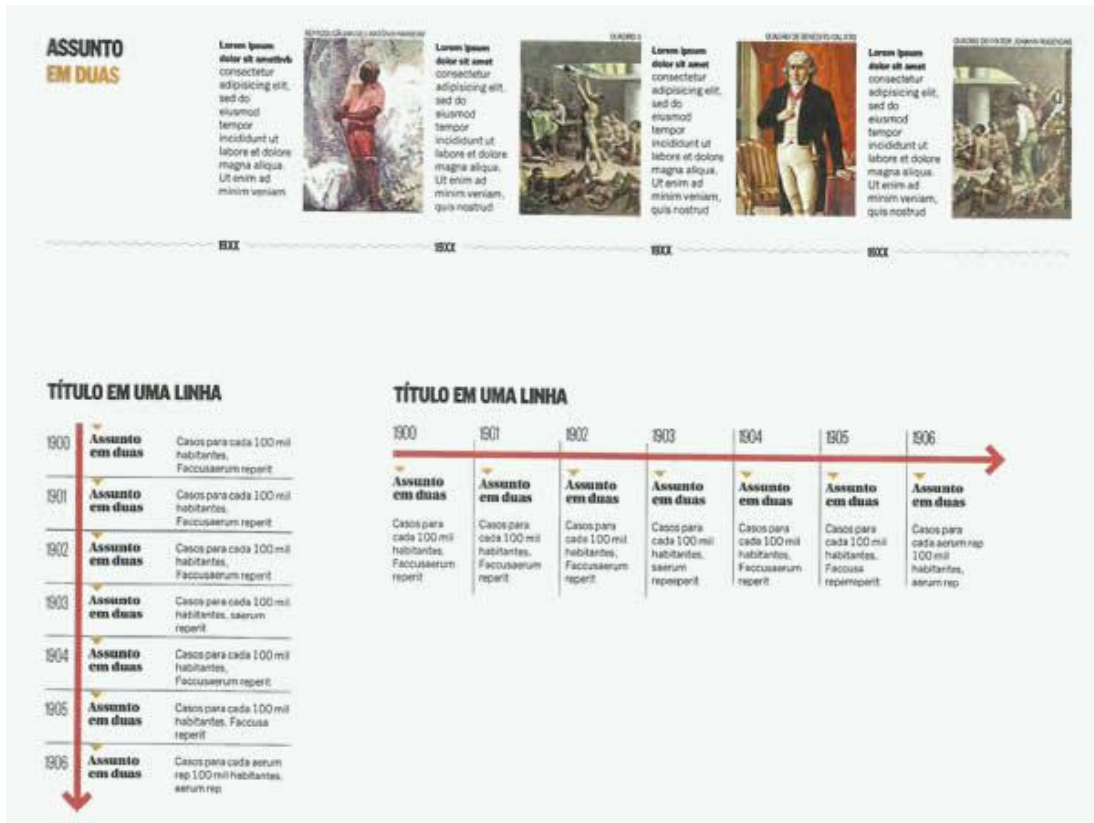
Cronologia

Histórico de problemas

**ABRIL DE 2011:** O rompimento de uma tubulação da Cedae em Tomás Coelho afetou moradores de 16 casas, invadidas por água e lama. Vazaram cerca de 900 mil litros d'água, cujo nível chegou a um metro.

**JUNHO DE 2010:** A Linha Amarela enfrentou um enorme engarrafamento devido ao rompimento de uma adutora da Cedae. Três das quatro pistas sentido Centro, na altura de Del Castilho, foram interditadas para a retirada de água e lama. Em fevereiro já ocorrera outro vazamento, na mesma altura.

**SETEMBRO DE 2008:** Mais de 1,5 milhão de moradores de Niterói, São Gonçalo, Itaboraí e Ilha de Paquetá ficaram três dias sem água devido ao rompimento de duas adutoras na Estação de Tratamento de Água de Laranjal.



Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a Em junho, João. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, sae rum reperit. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, m junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a Em junho, João. Em junho, anos texto para a linha do tempo varia o tamanho. mil habitantes, sae rum reperit. Faccu sae rum reperit dolum que volore, incto berum nissimintia

Junho, anos texto para

*Poliana de tal é... serve-se a função da pessoa que recebe o teste*

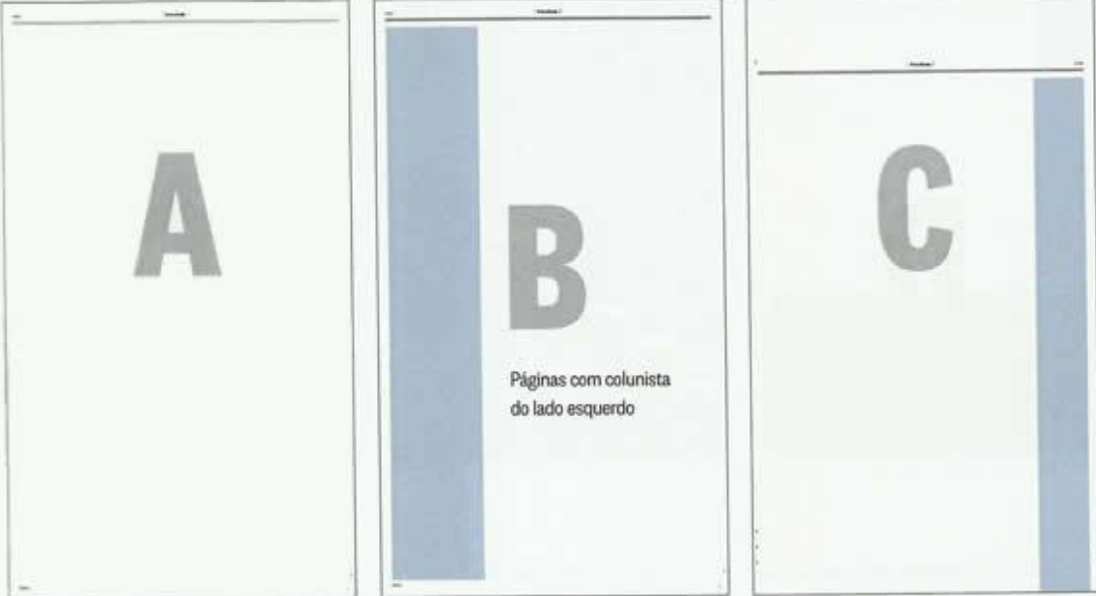
**APLIQUE A GOSTO.** Casos para cada 100 mil habitantes, *Faccusaerum reperit dolum que* volore, mais umincto berum nissimintiae adis ipsam, eiunt a.

Associação Politécnica de Produtores Rurais, que acompanha as apresentações do cantico *Paula Nogueira Batista Jr.* Foi uma das vozes críticas nos anos 90 e 2000, quando era pesquisadora e economista da Fundação Getúlio Vargas (FGV), recusa os encontros das políticas em diálogo com o diálogo social. O texto do debate e o pensamento independente separam um baguete para Washington, onde assumiu em 2007, por escolha do ministro da Fazenda, Guido Mantega, a diretoria executiva do Brasil de Fomento (BFB), o braço financeiro do Conselho Nacional do PNE. Em seis anos e meio, Paula Nogueira, 37 anos, acumulou controvérsias — a maior parte ele nega. A principal foi a demissão, em 2010, de sua vice, a colombiana Maria Inés Aguirre, acusada de desvio de verbas e de contratos adequados e pouco legais. O episódio ganhou uma dose de crise balneária quando a Colômbia apresentou reclamação ao Brasil, levando Mantega a dar explicações. A Colômbia acusou a demissão a favor de sua vice, Paula Nogueira. Mas menos de um ano no posto, Paula Nogueira já era conhecida no círculo dos organizadores multilaterais pelo estilo combativo e antipartidarista. Arranjos críticos por ter demitido em 2007, nos primeiros meses, a brasileira Maria Inés Aguirre, do BFB, e a francesa Catherine Toulouze, que acabou demitida pelo francês Dominique Strauss-Kahn, com apoio do Brasil. Em seguida, causou contrarrazão ao se interpor entre conversas entre Mantega e o ministro da Economia da França, François Fillipe, para afirmar verbas incoativas às propostas de aumento do peso do voto dos pa-





## 5) Templates



**A**

**B**

Páginas com colunista do lado esquerdo

**C**

**Estrutura A**  
A matéria principal ocupa toda a largura da página e as peças complementares estão no meio do texto.

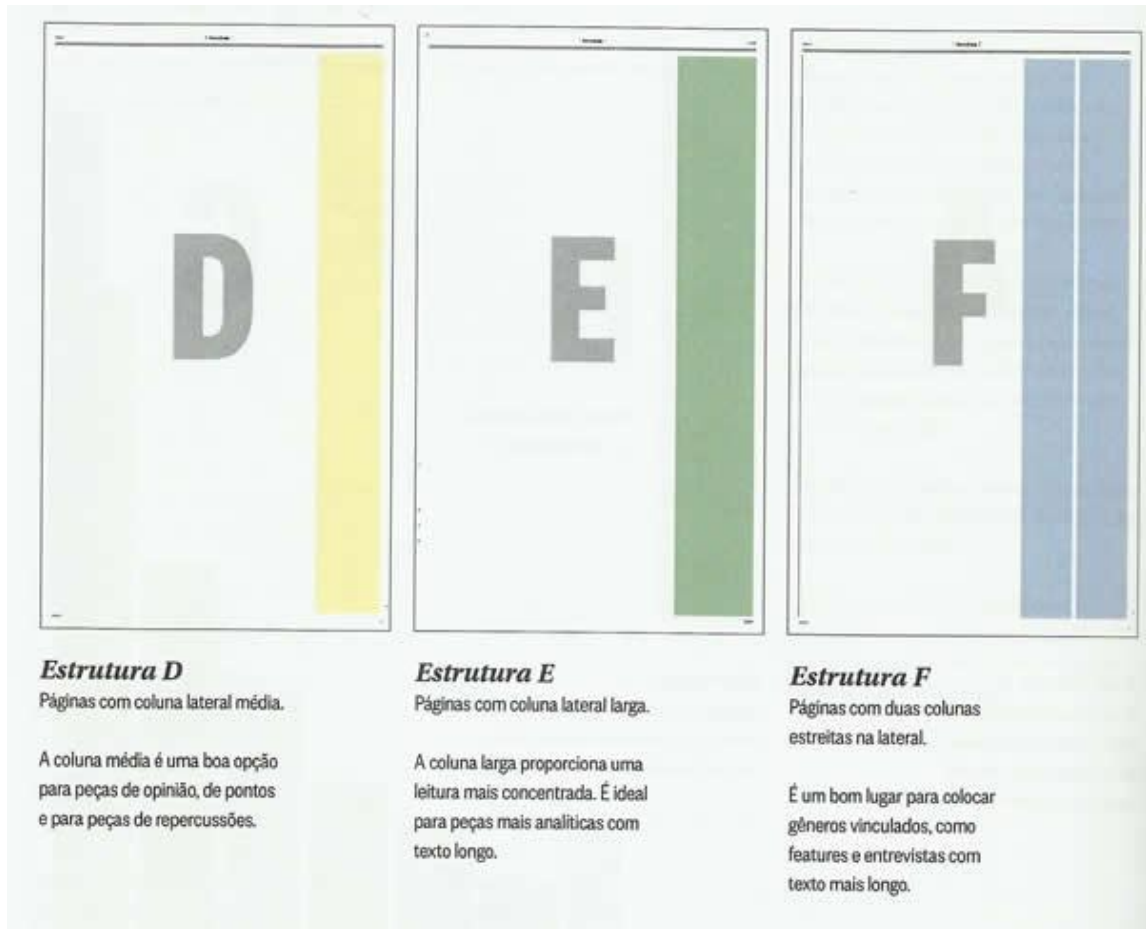
**Estrutura B**  
Páginas com colunistas. A maioria das colunas verticais é colocada do lado esquerdo, mas há casos onde estão do outro lado.

Colunista do lado direito

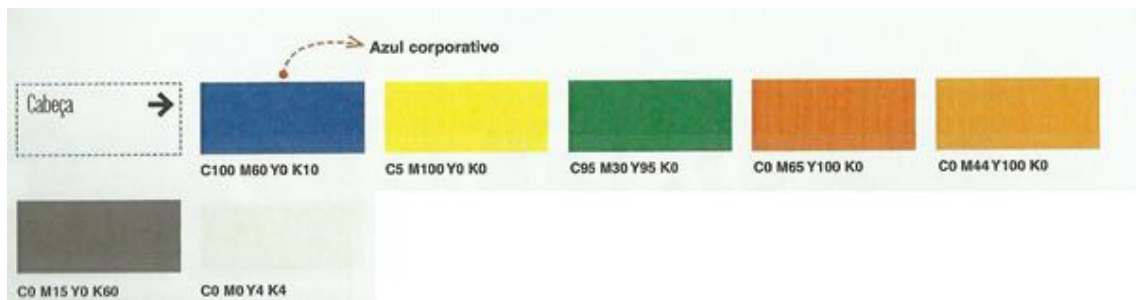
Na biblioteca deste grupo se encontram páginas totalmente prontas.

**Estrutura C**  
Páginas com coluna lateral estreita. Esta área pode ser utilizada tanto para elementos vinculados como independentes.

A coluna estreita é uma boa opção para boxes de pontos, frases e repercussões.



## 6) Cores



## 7) Caderno de domingo – primeira página

Domingo 29 de 2014

061000 45

# Economia

## Hoje na web

• **ANÁLISE** Plano Real trouxe inflação zero. Mas, depois de 20 anos, a inflação voltou a ser um problema. O que isso diz sobre o Brasil e o futuro do país?

• **QUÊ** De 1994 a 2014, o Brasil teve uma inflação média de 7,2%. Isso significa que o preço das coisas aumentou 72% nesse período.

• **VIDEIO** Veja o que aconteceu com o Plano Real. O vídeo mostra a história do plano e o impacto da inflação no Brasil.

• **ENTREVISTA** O economista Fábio Katchalski fala sobre a inflação e o futuro do Brasil.

• **VIDEIO** Veja o que aconteceu com o Plano Real. O vídeo mostra a história do plano e o impacto da inflação no Brasil.

• **NOTÍCIA** A inflação no Brasil voltou a ser um problema. O que isso diz sobre o Brasil e o futuro do país?

• **NOTÍCIA** A inflação no Brasil voltou a ser um problema. O que isso diz sobre o Brasil e o futuro do país?

REAL 20 ANOS

## PLACAR INVERTIDO INFLAÇÃO 7 x 3 CRESCIMENTO

Brasil teve expansão média de 3%, o 15º lugar numa lista de 32 países. Alta de preços de 7% é a sétima maior

Carla Amato  
do G1

Passados 20 anos do Plano Real, o primeiro plano econômico do Brasil com inflação zero, o Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan, e a décima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O que isso significa? Que o Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

Para poder entender como a inflação foi criada, é preciso olhar para o período anterior ao Plano Real, a inflação média anual de 20%.

Contra a inflação, o Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

verão de 2014, a inflação foi de 7,2%. Isso significa que o preço das coisas aumentou 72% nesse período.

Contra a inflação, o Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

O Brasil não conseguiu manter a inflação baixa. A inflação média anual de 7,2% é a sétima maior entre os países da América Latina, Ásia, África do Sul, Taiwan, Hong Kong, Coreia do Sul, Cingapura e Taiwan.

### O DESEMPENHO DOS PAÍSES

INFLAÇÃO (Média anual 1995-2013)	PID (Média anual 1995-2013)
1º <b>Brasil</b> 29,8%	1º <b>China</b> 9,7%
2º <b>Rússia</b> 20,6%	2º <b>Índia</b> 6,8%
3º <b>Indonésia</b> 10,4%	3º <b>Cingapura</b> 5,5%
4º <b>México</b> 9,5%	4º <b>Peru</b> 5,0%
5º <b>Colômbia</b> 8,1%	5º <b>Malásia</b> 5,0%
6º <b>Índia</b> 7,4%	6º <b>Chile</b> 4,6%
7º <b>BRASIL</b> 7,2%	7º <b>Indonésia</b> 4,3%
8º <b>Argentina</b> 6,9%	8º <b>Taiwan</b> 4,2%
9º <b>África do Sul</b> 6,1%	9º <b>Argentina</b> 3,6%
10º <b>Peru</b> 3,9%	10º <b>Colômbia</b> 3,4%
11º <b>Chile</b> 3,8%	11º <b>Hong Kong</b> 3,4%
12º <b>Espanha</b> 2,7%	12º <b>Luxemburgo</b> 3,2%
13º <b>China</b> 2,5%	13º <b>Síria</b> 3,2%
14º <b>México</b> 2,5%	14º <b>Malásia</b> 3,2%
15º <b>Índia</b> 2,4%	15º <b>BRASIL</b> 3,0%

CÉDULA DO BEIJA-FLOR

### A sobrevida de um símbolo

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores

Guilherme Vaz  
do G1

Seis meses depois de sua morte, a nota de R\$ 1 tem sido encontrada em gavetas e pastas de colecionadores. A nota de R\$ 1 é a mais comum das notas de R\$ 1, mas é a menos comum das notas de R\$ 1.

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores.

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores.

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores.

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores.

Dois anos após sua morte, há 140 milhões de notas de R\$ 1 perdidas em gavetas ou em pastas de colecionadores.

### 8) Caderno de domingo – segunda página

MÍRIAM  
LEITÃO

*Gina Lisciani, Director, The Green Building*



## 9) Caderno de domingo – terceira página

Dom 28.5.2014

Economia

09.000 47

## REAL 20 ANOS

## ‘NÃO TINHA MEDO DA INFLAÇÃO. TINHA RECEIO DE UMA CRISE DE CONFIANÇA’

Pedro Malan, ex-ministro da Fazenda, temia que país fosse visto como outro em turbulência



Heráclito, Rio de Janeiro, 1994. Malan, então ministro da Fazenda, temia que país fosse visto como outro em turbulência

Carla Avelino,  
Mauro Faria e  
Maurício de  
Melo

Vinte anos depois do lançamento da moeda brasileira, real, o ex-ministro da Fazenda Pedro Malan relembra sua trajetória e o momento crucial da economia, quando a inflação anual estava em quase 5.000%, em julho de 1994, e o cenário de uma crise de confiança. Um dos desafios do Plano Real era controlar a inflação. Não adiantava lutar de mão armada contra a inflação, mas sim com a paciência e a prudência. A crise de confiança, que acabou em maio de 1994 e 1995, após o colapso do Tesouro Americano, em 1997, e a crise da Rússia, em 1998, levou o Brasil a entrar em uma situação de crise de confiança. A crise levou o Brasil a entrar em uma situação de crise de confiança. A crise levou o Brasil a entrar em uma situação de crise de confiança.

— Não tenho medo da inflação. Tenho medo de uma crise de confiança. (...) Não tenho medo da inflação. Tenho medo de uma crise de confiança. (...) Não tenho medo da inflação. Tenho medo de uma crise de confiança.

Malan, que ficou no governo de maio de 1994 a dezembro de 2002, foi o responsável pela criação do Plano Real. Ele foi o responsável pela criação do Plano Real. Ele foi o responsável pela criação do Plano Real.

— É importante que, passados 20 anos, as taxas de inflação sejam relativamente baixas.

Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável. Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável. Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável.

— Primeiro que não posso dizer que não tenha medo da inflação. Não tenho medo da inflação. Não tenho medo da inflação.

1 **Brasil, recordista de inflação em três décadas**

Se pensar em termos de 30 anos não fica nenhuma experiência vivida da história de inflação que foi a criação da inflação no Brasil nas décadas de 1970 e 1980. A inflação no Brasil nas décadas de 1970 e 1980. A inflação no Brasil nas décadas de 1970 e 1980.

2 **Aprendizado com outros planos de estabilização**

Apesar de não ter experiência com o Plano Real, em 1994, com o Plano Real em 1994, com o Plano Real em 1994, com o Plano Real em 1994.

3 **O plano foi rapidamente aceito pela população**

Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano. Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano.

4 **Hiperinflação não veio mais**

A hiperinflação não veio mais. A hiperinflação não veio mais. A hiperinflação não veio mais.

5 **Costo político das medidas depois do plano**

O custo político das medidas depois do plano. O custo político das medidas depois do plano. O custo político das medidas depois do plano.

6 **Riscos para a estabilização**

A inflação não mudou. Não tem medo da inflação. Não tem medo da inflação. Não tem medo da inflação.

7 **Risco de uma crise de confiança**

Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano. Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano.

8 **Os bastidores da crise de 1998**

Se a primeira vez que um presidente americano, Bill Clinton, pediu para se retirar da presidência foi em 1998, a primeira vez que um presidente brasileiro, Fernando Collor, pediu para se retirar da presidência foi em 1998.

9 **É importante que, passados 20 anos, as taxas de inflação sejam relativamente baixas**

Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável. Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável. Inflação baixa é o que faz de um país um país desenvolvido e estável.

10 **Costo político das medidas depois do plano**

O custo político das medidas depois do plano. O custo político das medidas depois do plano. O custo político das medidas depois do plano.

11 **Riscos para a estabilização**

A inflação não mudou. Não tem medo da inflação. Não tem medo da inflação. Não tem medo da inflação.

12 **Risco de uma crise de confiança**

Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano. Três meses depois que o plano foi lançado, a população já estava acostumada com o plano.

13 **Os bastidores da crise de 1998**

Se a primeira vez que um presidente americano, Bill Clinton, pediu para se retirar da presidência foi em 1998, a primeira vez que um presidente brasileiro, Fernando Collor, pediu para se retirar da presidência foi em 1998.

## Em contagem regressiva para o calote, Argentina recorre à OEA

Pain tem 30 dias para evitar moratória. Analistas divergem sobre ação da Justiça de NY

Juliana Gueiros  
Juliana Gueiros

Analistas divergem sobre a possibilidade de uma moratória da Argentina. Analistas divergem sobre a possibilidade de uma moratória da Argentina. Analistas divergem sobre a possibilidade de uma moratória da Argentina.

divida, em sua segunda visita a um organismo internacional para obter recursos — a Organização das Nações Unidas (ONU) — onde recebeu apoio do Brasil.

A Argentina, sob o governo de Cristina Kirchner, não tem condições de pagar a dívida. A Argentina, sob o governo de Cristina Kirchner, não tem condições de pagar a dívida. A Argentina, sob o governo de Cristina Kirchner, não tem condições de pagar a dívida.

para de pagamento de dívidas e o risco de uma moratória da Argentina. Para de pagamento de dívidas e o risco de uma moratória da Argentina. Para de pagamento de dívidas e o risco de uma moratória da Argentina.

Atenção à situação. Para Carlos Roberto Nogueira Castro, secretário de Defesa da Argentina, a situação é crítica. Para Carlos Roberto Nogueira Castro, secretário de Defesa da Argentina, a situação é crítica. Para Carlos Roberto Nogueira Castro, secretário de Defesa da Argentina, a situação é crítica.

do Brasil, não tem condições de pagar a dívida. Do Brasil, não tem condições de pagar a dívida. Do Brasil, não tem condições de pagar a dívida.

Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida.

Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida.

Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida.

Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida.

Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida. Princípio é não pagar a dívida.







## 12) Caderno de segunda-feira – segunda página

22 | **curso**

**Economia**

Segunda-feira 30.6.2014

**GEORGE VIDOR**

**Incôgnita**

Copa permitiu que o número de empregos continuasse crescendo, mas indústria não aproveitou oportunidade

A economia brasileira teve uma boa performance durante a Copa, mas a indústria não conseguiu aproveitar a oportunidade. O número de empregos continuou crescendo, mas a indústria não conseguiu aproveitar a oportunidade. O número de empregos continuou crescendo, mas a indústria não conseguiu aproveitar a oportunidade.

**REAL 20 ANOS**

**ENTREVISTA** Fernando Henrique Cardoso



Após duas décadas, o país continua a crescer. O Brasil é um país que continua a crescer. O Brasil é um país que continua a crescer. O Brasil é um país que continua a crescer.

**'Política monetária sozinha não dá conta da inflação'**

João Pinheiro, ex-presidente do Banco Central, afirma que a política monetária sozinha não dá conta da inflação. A política monetária sozinha não dá conta da inflação. A política monetária sozinha não dá conta da inflação.

**Uma festa**

No jogo de quarta-feira, o Brasil venceu o Paraguai por 3 a 0. O Brasil venceu o Paraguai por 3 a 0. O Brasil venceu o Paraguai por 3 a 0. O Brasil venceu o Paraguai por 3 a 0.

**20 ANOS DO REAL**

**DEBATE**

**ANÁLISE**

Brasil vive inflação de 10 por cento e crescimento de 10 por cento. O Brasil vive inflação de 10 por cento e crescimento de 10 por cento. O Brasil vive inflação de 10 por cento e crescimento de 10 por cento.

**BNDES**

**BRASIL**

**CLASSIFICADOS**

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social. BRASIL - República Federativa do Brasil. CLASSIFICADOS - Anúncios classificados.









## 15) Caderno de terça-feira – primeira página

Terça-feira, 17/2014 2ª Edição

Economia

06.000 2 1

Crise de segurança

**GM FAZ RECALL DE MAIS 8,45 MILHÕES DE CARROS**

Motoristas vão pagar ao menos US\$ 1 milhão às famílias de vítimas fatais de acidentes com carros da marca

Brasil 20 anos

**FMI TEMEU COLAPSO DO PLANO EM 1999**

Tereza Te-Meuzan, ex-chefe da gestão do Fundo no Brasil, diz que país manteve equilíbrio por tempo demais

SEM FÔLEGOS

# Mercado vê PIB de só 1,1%

Pesquisa do BC aponta piora nas projeções pela 5ª semana. Governo renova IPI reduzido para carros

LEON ROCHA, COLABORADOR  
Série e Caderno Economia  
economiaglobo.com.br

**DO NÚMERO DE VENDAS:** Menos de duas semanas depois de anunciar uma pacote de bonificações à indústria, o governo simplifica um sinal de expansão ao setor produtivo e anuncia a prorrogação até o fim do ano das alíquotas reduzidas do imposto sobre Produtos Industrializados (IPI) para veículos novos e usados. As alíquotas do imposto voltaram ao normal hoje. A decisão, esperada pelo mercado, é uma nova tentativa de estimular a economia, num momento em que as projeções de crescimento não parecem de cair. Outros, analisados pelo Banco Central, na pesquisa Focus, indicam pela quinta semana seguida a redução da expansão deste ano, que passa de 1,5% para 1,1%. É o período mais longo de queda desde o início do ano. Segundo especialistas, a iniciativa do governo, no entanto, não tem fôlego para suportar a economia.

Para veículos de até mil cilindradas, a alíquota desce de 12% para 5%, e para os de mais de mil cilindradas, de 15% para 10%. De acordo com o ministro da Fazenda, Guido Mantega, as medidas foram tomadas para "estimular as vendas de motor e para que a indústria consiga manter o nível de emprego".

— Estamos trabalhando para que este ano as vendas de veículos sejam semelhantes às do ano passado — disse Mantega, que anunciou as medidas em São Paulo, onde recebeu uma comitiva de empresários dos setores beneficiados.

**INDICADOR FOCAL DE CRISE DE 1981**

O efeito colateral do IPI reduzido deve atingir as contas públicas, que enfrentam déficits crescentes. A iniciativa fiscal vem com a prorrogação do imposto menor para automóveis com até R\$ 60 mil. Bônus só no segundo semestre, calculou o ministro. Para beneficiar o setor motorizado, o governo vai abrir mão de R\$ 10,4 bilhões no mesmo período.

O secretário de Política Econômica do Ministério da Fazenda, Fábio Sérgio Gomes de Almeida, avalia que a manutenção do IPI reduzido para veículos não ataca o problema central da indústria automobilística neste ano, as exportações para o exterior. Além disso, ele considera que o alívio da medida é limitado para manter o mercado doméstico.

— É uma medida inflacionária. O problema aqui que temos é a exportação para o exterior. Hoje, mais incentivos já esgotaram o potencial para dinamizar o mercado interno, beneficiando quando não usados intencionalmente no tempo — avalia.

O economista Rafael Barceiro, da Tendências Consultoria, tem avaliação similar. Ele ressalta a deterioração das expectativas de expansão de mercado no último mês. Pela Pesquisa Focus, há um mês, a projeção era de que a economia cresceria 1,5% este ano, hoje, a projeção é de 1,1%. No início do ano, o mercado previa algo de 2,3%.

No caso da indústria, a queda recente é ainda mais severa. Há um mês, a projeção era de algo de 1,24%. Hoje, o mercado prevê uma queda de 0,14%.

— Temos uma fragilidade de produção, um mercado interno muito fraco, e há um crescimento da Argentina, que prejudica as nossas exportações de maquinário. Essa medida pode ter algum efeito positivo, mas não é suficiente para aliviar o quadro de baixa confiança e o padrão de crescimento — afirma.

Apesar de reduzir a projeção do Produto Interno Bruto (PIB), total de bens e serviços produzidos, os economistas do

Ajuda. Transporte de veículos em São Bernardo do Campo com IPI reduzido. Laila Mian, presidente da Afevta, espera que ainda tenham desaquecimento no setor no segundo semestre

**“Estamos trabalhando para que este ano as vendas de veículos sejam semelhantes às do ano passado”**

Guido Mantega  
Ministro da Fazenda

**“É uma medida inflacionária... Esses incentivos já esgotaram o potencial para dinamizar o mercado interno”**

Julio Gomes de Almeida  
Ex-secretário de Política Econômica do governo

**“O maior incombodo hoje é a inflação”**

Fábio Romão  
Economista da CEA Consultoria

mercado mantiveram em 0,4% a expectativa para 2014 do Índice Nacional de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), que mede a inflação oficial do país. A alíquota caiu de 6,47% há um mês. O percentual está próximo da taxa de meta de inflação para o ano (6,5%). Para 2015, a expectativa de inflação ficou mantida em 6,10%.

O economista Fábio Romão, da LCA Consultores, também não vê mudança de ritmo de desaceleração, um grande perigo devido à inflação em patamar elevado.

— Os incentivos inflacionários hoje são a questão da inflação e como o governo minimiza a importância de não ser para a economia. Muitos incentivos foram dados. Parece que existe uma desconexão e um pessimismo no ar. A inflação acaba afetando o poder de compra e os salários, o que gera mais problemas para os trabalhadores. É muito provável que a renda descaia neste ano. A geração de empregos também não vai melhorar na indústria. Parece difícil, mas não de eleição, a reversão do quadro de pessimismo — afirma Romão.

Em tom bem mais otimista, o presidente da Associação Nacional dos Fabricantes de Veículos (Anfavea), Laila Mian, afirma que a manutenção do IPI menor até 31 de dezembro vai se “converter num grande fator para que a indústria tenha um segundo semestre melhor”.

— A expectativa é voltarmos a construir um ritmo de crescimento normal nas vendas — afirma.

**“SUSSELO DA COPA VAI ADEMI”**

Desta vez a reunião de Mantega com empresários, o cenário mais otimista é a Copa do Mundo, com a consequente redução do número de dias úteis do ano. Porém, as análises apontam para o cenário de vendas neste ano. Sobre o ritmo mais fraco de crescimento do setor, Mantega sugere a retomada do uso do leasing pelos bancos, alegando que “já não há mais impedimento legal”.

No parte da medida, o ministro havia recebido expectativas de que, por não ter a prorrogação do IPI menor para novos, usados e usados. Mantega pondera que o setor não há de ficar muito tempo em desequilíbrio “moderado” do segmento, com algo de 5,4% em mais, influenciado pela inflação, pelo menor custo de aquisição de combustível e pela Copa.

Por volta da 19h, Mantega entrou em novo contato com os membros da indústria para discutir o impacto da medida e o benefício. Na fim, ficou decidido que haverá, porém, o reconhecimento de alguns pontos para a indústria. São pontos elevados para a alíquota de 5%. As alíquotas permanecerão com taxa de 12%, acima de 15%.

O ministro afirmou que está fazendo uma melhoria no cenário econômico, com o aumento da confiança dos consumidores e redução da inflação. Segundo Mantega, levantamos entre todos os países que se tornaram membros da Organização Mundial do Comércio (OMC) com base numa cota de 15 itens que representam 90% das vendas, alcançamos uma inflação de 4,23% neste ano.

— Isso mostra que a inflação está caindo e o consumidor está reconstruindo seu poder de compra. O sucesso da Copa também vai ajudar a mudar o humor do consumidor.

Além de ter reduzido a previsão de crescimento do PIB deste ano, as análises feitas pelo BC também estão mais pessimistas com relação ao crescimento da economia em 2015, a projeção caiu de 1,6% para 1,1%.

No avaliação do economista-chefe do Gradual Investimentos, André Perleto, o resultado da arrecadação federal em maio — com queda de 5,05% na comparação com o mesmo mês de 2013, decolada situação — contribuiu para a queda nas projeções.

— A arrecadação baixa sugere, entre outras coisas, que o nível da atividade econômica pode ter diminuído — disse.

Para Perleto, as projeções para o crescimento devem continuar em queda até a divulgação do resultado do PIB do segundo trimestre, previsto para agosto. Segundo o IBC, a economia brasileira registrou expansão de 0,2% nos três primeiros meses de 2014, na comparação com o quarto trimestre de 2013. Ele observou que o mercado ainda não sabe, por exemplo, qual será o efeito da Copa do Mundo sobre a economia do país.

— Com os dados do segundo trimestre, pode haver uma revisão das projeções para cima — disse o economista, que prevê expansão de 1,4% no PIB para este ano.

Silvio Campos Neto, analista da Tendências Consultoria, afirma que o resultado da pesquisa Focus reflete um processo contínuo de desaceleração da economia.

— O Brasil tem muita perda de dinamismo há bastante tempo e se temia evidente entre os agentes econômicos que o resultado da economia seria fraco este ano — afirmou.

**INFLAÇÃO NO TETO DA META**

Segundo Campos Neto, muitas decisões de investimentos só devem ser tomadas após as eleições presidenciais, quando a política econômica para os próximos anos estiver clara.

— Há uma generalizada de confiança não só de empresários, mas também dos consumidores. Isso é resultado do aumento de informações ruins sobre a economia — acrescenta o economista.

A expectativa para o superávit da balança comercial se mantém em patamar de US\$ 2 bilhões em 2014. Para 2015, a previsão caiu de US\$ 10 bilhões para US\$ 5 bilhões. O mercado espera que os investimentos estrangeiros diretos no Brasil sejam US\$ 10 bilhões este ano. A projeção para o ano de 2015, por sua vez, permaneceu em US\$ 2,40 por dólar.

Contratado pelo jornal, o artigo de R\$ 1,1 bilhão em mais, na página 22





## 17) Caderno de terça-feira – terceira página

Terça-feira 17/09/2014

Economia

04.000 23

# OEA sai em defesa da Argentina

Instituição vê 'precedente extremamente perigoso' e convoca reunião de emergência

Por Ana Beatriz

Com reportagem  
de Paulo Sérgio de Almeida

**BOGOTÁ (E. 17.09.14)** A Organização das Nações Unidas (ONU) apressa-se a realizar uma reunião de emergência dos membros da região para discutir a situação da Argentina, na porta de um colapso técnico. Por sugestão do Brasil, que alega "precedente extremamente perigoso", o encontro para consulta foi agendado para amanhã, com abertura dos EUA, e ocorrerá na sede da quinta-feira, na capital americana.

A Argentina indica até agora para pagar os credores que solicitam negociar a dívida desde 2005 e 2010. Mas uma decisão do juiz Thomas Griesa, de Nova York, obriga a Argentina a pagar também um grupo de credores que não participaram da negociação, os chamados "bondholders", no valor de US\$ 1,5 bilhão. O plano da renegociação tem furo em Nova York. A Argentina depositou US\$ 1 bilhão na última quinta-feira para pagar os credores, mas Griesa considerou o depósito ilegal e mandou o banco devolver os recursos. Como não há um período de carência de um mês, a Argentina tem até 10 de julho para entrar em colapso técnico.

No momento da OEA, o ministro da Economia argentino, Axel Kicillof, fez uma exposição sobre a manutenção da dívida e as consequências da decisão de Griesa para o país e o sistema financeiro global. — Foi uma decisão emitida da Justiça de Nova York. É importante que nos manifestemos sobre este ponto, porque a decisão está sendo tomada no momento em que há um colapso de prazos — afirmou o secretário-geral da OEA, José Miguel Insuza, que tentou convencer os membros da quinta-feira a representantes do Fundo Monetário Internacional (FMI), do Banco Mundial e do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID).

**PROBLEMA AFETA A TODOS, DIZ BRASIL**  
A OEA não tem poder para intervir diretamente na questão. Mas a Argentina está buscando formar uma rede de apoio político para resistir aos próximos passos. O país pediu até dois dias de prazo de brecha no exterior e não desistiu de tentar a solução internacional. Na semana passada, 11 países manifestaram apoio à Argentina na região.

O representante sulamericano da OEA, Elio Cruz Ayala, enfatizou que o compromisso da Argentina com os credores a qualquer renegociação de dívida. Uma vez que um país renegocia a dívida, 90% dos credores originais a um plano de pagamento com desconto imediato, 0,3% dos detentores de dívida poderia não ter todo o valor de negociação, afirmou. — Não existe um novo período internacional para a renegociação de dívida soberana. Hoje é a Argentina, mas qualquer país que quiser fazer uma renegociação está na mesma situação.

O ministro das Relações Exteriores, Luis Alberto Fernández, deverá participar da



Campanhas. Cartões em Buenos Aires criticam a decisão da Justiça dos EUA e pedem uma 'Argentina unida' contra os 'tufões de Wall Street'.



Presidência. Secretário-geral da OEA, José Miguel Insuza, convoca a reunião FMI e Banco Mundial.

**“Foi uma decisão insólita da Justiça de Nova York. É importante que nos manifestemos sobre este ponto”**

José Miguel Insuza  
Secretário-geral da OEA

reunião de emergência na quinta-feira. Ao propor a suspensão por adiamento, o representante do Brasil na OEA, ministro Roberto Costa, ressaltou:

— É um problema que afeta a todos, especialmente porque essa decisão de um juiz americano cria um precedente extremamente perigoso.

Ayala disse que os "bondholders" "foram um grupo de investidores, políticos de 3.000 em 10 anos", os quais os credores pediram agora a melhores condições deste grupo, afirmou, o saldo devido do país chegou a US\$ 120 bilhões.

— (Ambas) uma década de adiamento para a renegociação da dívida. Fazer credores e sempre sempre a Argentina ao sul.

Maio de 2010, depois de um acordo direto a Argentina com a OEA. Os EUA, porém, pediram que a Argentina se apresentasse. A Casa Branca está sob pressão de Wall Street e do Partido Republicano. Mas os

EUA não estão apressados para bloquear as negociações com a OEA. Apesar disso, os EUA têm posição crítica de negociação em favor da Argentina.

De fato, a vice da missão americana na OEA, Margaret Finn-Coughlin, afirmou que os EUA não se opõem à ideia do Brasil de agendar o encontro por adiamento. — Não é um assunto abstrato politicamente. É uma decisão política. Com isso em mente, abertamente os membros do Conselho para que não tenhamos problemas de uma corte doméstica — afirmou Margaret.

**SEM NEGOCIAÇÃO COM FUNDOS DO FMI**

Não houve acordo no fim de semana nas negociações entre a Argentina e os credores que foram a Justiça, informou o analista Paul Singer, 70 anos, em 10 de maio, pouco antes de morrer, mas a Argentina se recusou a aceitar qualquer aspecto dessa decisão. O governo argentino não reconhece o país a dívida de seu colapso. “Inconscientemente esperamos que não tenhamos esse resultado”, afirmou. “A ideia de aceitar a dívida por lei não é uma escolha deliberada.”

— O documento que descrevem a negociação argentina com a Argentina se tornou um documento estático, com os mesmos termos e condições. Mas não se trata de um acordo. Mas não se trata de um acordo a discutir a Argentina — disse a Justiça.

Colaboração: David De Luca

## A crise mal começou para Cristina

Por Ana Beatriz

Com reportagem  
de Paulo Sérgio de Almeida

**C**ristina Kirchner começou o dia convulso com o colapso da Argentina. Desde a sua chegada ao poder, ela tem sido alvo de críticas e ataques. Agora, com a decisão da Justiça de Nova York, a situação piorou. A Argentina está em colapso técnico, e a decisão da Justiça de Nova York é considerada um precedente extremamente perigoso.

A dívida argentina chegou a US\$ 120 bilhões em abril, 10% a mais do que em 2005, quando os pagamentos foram suspensos. O então presidente Néstor Kirchner, marido de Cristina, negociou com a maioria dos credores do país, obtendo grandes descontos. Quem se recusou a negociar, os chamados "bondholders", não foram pagos.

Um "show" de Wall Street, Paul Elliott Singer, 71 anos, viu na decisão uma chance de lucro — no capital

como nem sempre o Brasil é digno.

Em 2008, Singer entrou na lista de investidores que se opõem à Argentina. Em junho e setembro de 2009, ganhou US\$ 40 milhões na negociação de dívida do país, cujo valor de face soma US\$ 220 milhões. Em seguida, recorreu à Justiça para receber de Buenos Aires cada dólar impago o seu valor. Ganhou a causa.

Resultado: quando completar 78 anos, no próximo 22 de agosto, Singer está pelo menos US\$ 1 bilhão mais rico graças aos pagamentos argentinos. Esse volume de dinheiro é equivalente ao lucro líquido (depois de impostos) do país no ano passado por seu conglomerado financeiro, cuja soma soma US\$ 11 bilhões. Terá lucrado 1.000% ao final da disputa de cinco anos. No período, o investimento em ações (SAP 200) rendeu apenas 29%.

No quinto dia, o governo argentino tentou pagar a maioria dos credores como tinha feito há anos. Foi impedido pelo juiz Thomas Griesa, do Tribunal do Distrito de Nova York, para que a Argentina pague antes a quem não acen-

teu o acordo de renegociação da dívida. Griesa, com a sentença, subverteu regras do sistema de um sistema financeiro que tem 100 anos e acordado mais de 60 renegociações e reestruturações de dívidas internacionais — a maioria da América Latina, como as do Brasil, e também da África. Agora os bancos estão obrigados a reestruturar um dos principais instrumentos da economia global, as negociações de dívidas externas.

Até mesmo o tempo, detestou Cristina Kirchner em tempos políticos. Ela não quer, mas sem acordo Argentina perde acesso a todo tipo de crédito. Sem um acordo no exterior, pois o país não tem reservas suficientes para negociar o que para o momento são meses de interrupção das reservas ligadas ao valor US\$ 20 bilhões no último 10 de junho, segundo o Banco Central.

A crise engloba a dependência econômica para manter a folha de pagamento estatal, transferir toda a infraestrutura da economia: o setor público é responsável por 50% de cada dos empregos criados na Argentina entre 2007 e 2013, informou a Fundação Fial. De milhões de novos postos de trabalho abertos no país, 870 mil

novos no total.

Além disso, são os conflitos políticos que garantiram a renda histórica mensal de 40% dos argentinos com mais de 10 anos, via subsídios sociais votados.

Quando começou um país insustentável, que não tinham quatro décadas de amargura sob o regime de graves crises econômicas com 19 presidentes, eles se foram ao pagamento de uma semana, em dezembro de 2001, o que levou à maioria da dívida e a eleição de Néstor Kirchner — com 22,3% dos votos, pois o adversário renunciou antes do segundo turno de votação.

A presidente está cada dia mais fragilizada. Agora existe ao julgamento de um juiz, também presidente do Senado. Senado Kirchner foi acusado de enriquecimento ilícito. Ele foi a sua escolha pessoal para vice na reeleição, em 2011. Enormes das suas cinco vezes (releição em 2011). Agora, as pesquisas mostram que dois terços do eleitorado o votou o tempo para o governo acabar. A crise mal começou para Cristina: restam-lhe 540 dias e noites de mandato. ■

**Kalunga** +120 lojas

**119,90** +120 lojas

**239,90** +120 lojas

**269,90** +120 lojas

**799,00** +120 lojas

**1.999,00** +120 lojas

**2.999,00** +120 lojas

**3.999,00** +120 lojas

**4.999,00** +120 lojas

**5.999,00** +120 lojas

**6.999,00** +120 lojas

**7.999,00** +120 lojas

**8.999,00** +120 lojas

**9.999,00** +120 lojas

**10.999,00** +120 lojas

**11.999,00** +120 lojas

**12.999,00** +120 lojas

**13.999,00** +120 lojas

**14.999,00** +120 lojas

**15.999,00** +120 lojas

**16.999,00** +120 lojas

**17.999,00** +120 lojas

**18.999,00** +120 lojas

**19.999,00** +120 lojas

**20.999,00** +120 lojas

**21.999,00** +120 lojas

**22.999,00** +120 lojas

**23.999,00** +120 lojas

**24.999,00** +120 lojas

**25.999,00** +120 lojas

**26.999,00** +120 lojas

**27.999,00** +120 lojas

**28.999,00** +120 lojas

**29.999,00** +120 lojas

**30.999,00** +120 lojas

**31.999,00** +120 lojas

**32.999,00** +120 lojas

**33.999,00** +120 lojas

**34.999,00** +120 lojas

**35.999,00** +120 lojas

**36.999,00** +120 lojas

**37.999,00** +120 lojas

**38.999,00** +120 lojas

**39.999,00** +120 lojas

**40.999,00** +120 lojas

**41.999,00** +120 lojas

**42.999,00** +120 lojas

**43.999,00** +120 lojas

**44.999,00** +120 lojas

**45.999,00** +120 lojas

**46.999,00** +120 lojas

**47.999,00** +120 lojas

**48.999,00** +120 lojas

**49.999,00** +120 lojas

**50.999,00** +120 lojas

**51.999,00** +120 lojas

**52.999,00** +120 lojas

**53.999,00** +120 lojas

**54.999,00** +120 lojas

**55.999,00** +120 lojas

**56.999,00** +120 lojas

**57.999,00** +120 lojas

**58.999,00** +120 lojas

**59.999,00** +120 lojas

**60.999,00** +120 lojas

**61.999,00** +120 lojas

**62.999,00** +120 lojas

**63.999,00** +120 lojas

**64.999,00** +120 lojas

**65.999,00** +120 lojas

**66.999,00** +120 lojas

**67.999,00** +120 lojas

**68.999,00** +120 lojas

**69.999,00** +120 lojas

**70.999,00** +120 lojas

**71.999,00** +120 lojas

**72.999,00** +120 lojas

**73.999,00** +120 lojas

**74.999,00** +120 lojas

**75.999,00** +120 lojas

**76.999,00** +120 lojas

**77.999,00** +120 lojas

**78.999,00** +120 lojas

**79.999,00** +120 lojas

**80.999,00** +120 lojas

**81.999,00** +120 lojas

**82.999,00** +120 lojas

**83.999,00** +120 lojas

**84.999,00** +120 lojas

**85.999,00** +120 lojas

**86.999,00** +120 lojas

**87.999,00** +120 lojas

**88.999,00** +120 lojas

**89.999,00** +120 lojas

**90.999,00** +120 lojas

**91.999,00** +120 lojas

**92.999,00** +120 lojas

**93.999,00** +120 lojas

**94.999,00** +120 lojas

**95.999,00** +120 lojas

**96.999,00** +120 lojas

**97.999,00** +120 lojas

**98.999,00** +120 lojas

**99.999,00** +120 lojas

**100.999,00** +120 lojas

### Cerca de 8,2 milhões têm problemas na ignição. Falha teria causado três mortes

definitivas e conclusivamente que o contato da agricultura foi a causa de não acionamento (de alarme) — disse Allan Allen, porta-voz da GM.

A GM também conseguiu outros êxitos: o recall de 721 mil veículos por outros problemas. Tanto a montadora quanto as autoridades de segurança americanas já estavam a par desses detalhes há anos, mas só agora os proprietários foram informados. Acusamos 200 mil carros têm falhas elétricas que podem causar problemas nas portas vidradas, assim como risco de superaquecimento. E isso está escrito no manual da Super Reliable Chevrolet Trailblazer, GMC Envoy, Isuzu Ascender e Saab 9-7X, fabricados entre 2005 e 2007, além de Trailblazer EXT e GMC Envoy XL de 2006.

A soma larga de recalls já comercializados nos meses de maio, com o Chevrolet K. Veículos, com o

A GM disse ainda que aumentará em US\$ 500 milhões a produção de gás em sua instalação controlada no segundo trimestre para cobrir os custos de recall. Até o momento, estima-se que as baterias contendo trinitrógeno U.S. 2.1 milhões, 30 e problemas similares leve a recall de 14,7 milhões de carros. No ano passado, a GM vendeu 28 milhões de veículos nos EUA e 9,7 milhões globalmente.

Segundo a indústria de gás, os carros sujeitos ao recall não são produzidos no Brasil. ■

**Maior banco francês admite culpa e terá negócio em dólares suspenso por um ano**

**Paralelo, novo tempo e no comércio.** Após meses de negociações, o RNP fechou, em maio, acordo com a França, a permitir pagar US\$ 8,93 bilhões para encerrar um caso em que se acusava de enviar navios de dois Estados Unidos a países como Sudão, Irã e Cuba, em contradição com sanções de mais de US\$ 190 bilhões entre 2002 e 2012. Além disso, a instituição financeira se verá presa de seus negócios em dólares sem nenhuma porção em seu ativo.

“O RNP tem muito trabalho para desmontar transações proibidas, apagar seu rastro e lidar as autoridades americanas”, destaca, em comunicado, o secretário de Justiça, Eric Holder. “Isso tem sido a representação uma grave violação do direito americano.”

«O Banco Itaú não se envolve em assuntos ligados de Nova York, trata apenas processos criminais: falsificação de registros de negócios e contrabando. O Conselho Brasileiro do B2F, Jorge Dória, apurou recentemente na corte portuguesa a falsificação. Horas depois, o crime é mencionado no jornal *«The New York Times»*, mas em uma seção que “lança uma pergunta” e não de conclusão que leve a uma decisão.

Como parte do processo, o B2F faz buscas de supérfluo parcialmente as operações de compensação em suas filiais por um ano, informa o regulador brasileiro de Nova York. A autoridade reguladora, prevista para começar em 1º de janeiro de 2011, é uma penalidade em seu primeiro ano.

Tomando o impacto do acordo, a autoridade reguladora do B2F Francisco Franco já disse que o setor financeiro vai ter de “alterar as compensações” das operações de Nova York. A autoridade reguladora, que não é uma autoridade reguladora, não é uma autoridade reguladora.

## Pré-sal atinge a marca recorde de 500 mil barris de óleo por dia

com sendo cumpridos os termos previstos no despacho do terreno onde se localizava o aeroporto. Na decisão, o TPI pede que o litígio continue em duas fases: a primeira diz respeito às compensações e que os acionistas abram, posteriormente, inventários e o Conselho de administração sejam informados. Pode ainda que a recomposição seja feita por meio de fato submissivo às regras reguladoras.

A decisão do TPI paulista também prevê a instauração de litígio por que informe as providências já adotadas para dar cumprimento ao contrato de despacho, que exige que a área li-

que, legalmente, sob a jurisdição do Ministério da Defesa, como em 2011, no apelo em que os movimentos em que se enquadra para desarmar o conteúdo. O serviço do Aeroporto de Guarulhos, em Curitiba, foi objeto de uma decisão condicionada, ou seja, cláusulas de determinação de serviços para a administração militar e Rio de Janeiro, administração do Ministério da Defesa. Segundo a ação, não há qualquer impedimento para a entrega de informações não ter sido oficialmente comunicada da decisão e que, por isso, não há se manifestar sobre o caso. ■

diários, já havia atingido o pico de 470 mil harris em 11 de maio.

A maioria dos 500 mil harris no pré-sil foi atingida graças a interferência de mais um poço na remota pastagem, com produção de 30 mil harris/dia. Esse poço fica no Campo de Sapotense, na Roca de Santos. A produtividade da média por poço no Poço Pré-Sil da Roca de Santos alcança 20 mil harris de petróleo por dia, um volume significativo, considerando que a média dos poços em Campos varia de 3 mil harris a 10 mil harris.

recorde na produção nos campos de petróleo do Estado de Pernambuco ter conseguido colocar em operação no ano passado nove novas instalações de produção, três das quais na Bacia de Santos.

— Ao lado disso, em produção em campos do pré-sal nas bacias de Santos e Campos, temos a Petrobras, a Petrosul, a Petromin, a Petromar, a Petrosul e a Petrosul — e que a produção da estatal, Canga Foster, faz sempre quanto de recheio — e a aumentar a produção em 7,3% neste ano, atingindo em torno de 2 milhões de barris por dia.

A sustentação das 104 mil toneladas de petróleo produzidas pelos governos municipais ter concentrado em Petróleo, um total, o direito de exploração excedentes dos campos de pré-sal da costa interna, além dos 5 bilhões de barris acordados em 2009. Ao mesmo tempo, a produção média entre 2010 e 2011 é de 13 bilhões de barris.

**Hoje na web**  
[globo.com.br/hoje-na-web](http://globo.com.br/hoje-na-web)

- **BOSONES** Centenações de milhões visitaram de graça de setembro até o fim de janeiro o primeiro site de pesquisa sobre o infográfico.
- **INVESTIGAÇÃO** Vídeo de uma

[illegible]





## 20) Caderno de quarta-feira – primeira página

Quarta-feira 27/04

Economia

O GLOBO 21

Recursos do petróleo

DILMA E GRAÇA DEFENDEM PETROBRAS

Em evento na estatal, presidente Dilma diz que, com pré-sal, educação e saúde terão R\$ 13 trilhões em 35 anos

Vinte anos do Real

61%

Foi o quanto reduziu a diferença entre o custo de vida no Rio e aquele apurado em São Paulo de 1994 até hoje. Essa queda se deveu à alta maior dos preços na cidade de Rio, que ficaram semelhantes aos da capital paulista

CRISE 'HERMANA'

Racha nas Américas

Argentina opõe EUA a países da América do Sul na OEA, que debate amanhã disputa judicial

FLAVIA BORGES  
Correspondente  
flavia.borges@globo.com.br

**AMÉRICA LATINA** A batalha da Argentina para evitar a reconstituição de sua dívida soberana e evitar um novo colapso está oposta ao país das Américas, cujo Conselho de Representantes do alto nível está reunido para discutir o assunto amanhã, na Organização dos Estados Americanos (OEA). As nações latinoamericanas (Bolívia, Colômbia, Equador, Panamá, Peru e Venezuela) vêm lamentando um movimento por uma declaração conjunta em apoio à Argentina, portanto, contra os "debtors" e a justiça americana, e devem atrair as atenções da União das Nações Sul-Americanas (Unasul), no patamar da América Central e do México. Os EUA, desavisados, não contam a maior parte dos 14 países caribenhos. Eles não gostam de dívidas externas, e seus credores são basicamente americanos. Se sua posição se confirmar, é possível um racha explícito entre os 34 países que compõem a OEA.

Previdencialmente, o movimento para comunicar os seus compromissos financeiros, falhando a paralisar os argumentos, o movimento para Comunicação Estratégica do Conselho de Segurança Nacional da Casa Branca, Ben Rhodes, credenciado a imprensa contra o que os EUA não são capazes de lidar, políticos da oposição e investidores americanos. Ele também disse ao presidente Barack Obama não ter sido o assunto recentemente com a colega argentina, Cristina Kirchner, porque este "não é um tema simplesmente das relações bilaterais".

Segundo Rhodes, o governo americano acredita que a solução é institucional, deslocando a decisão do juiz Thomas Griesa, de Nova York, que decretou o pagamento de US\$ 1,5 bilhão aos "bondholders", que não aderiram às reestruturações de 2005 e 2010 e ganharam na Justiça o direito de receber integralmente pelos títulos que detêm. O dinheiro, já depositado, está voltando para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

— Há mecanismos estabelecidos para a Argentina tratar seus próprios compromissos financeiros. E está negociando o que ela pensa que tenha condições para garantir investimentos com os credores que aceitaram a reestruturação. A Argentina acabou dando um golpe no seu último grupo se não conseguir uma alternativa no dia 30 de julho.

Se desentende, Kirchner: 'Não política permitiu que agência reguladora (bilhões em dívida de dívida)

— Se países têm vontade política de dar passo adiante, é possível chegar a uma solução. É o que se espera em relação à Argentina e Brasil. Já o presidente do Chile, Michelle Bachelet, defendeu que "agências especializadas" não podem emitir acordos vinculantes, e que é necessário a estabilidade financeira internacional. Ela defendeu a Argentina, em discussões ao Conselho Permanente da OEA, logo depois. E afirmou que, se a negociação é impossível, é melhor cortar os títulos do que não ter nada para todo o mundo. Por isso, acredita na necessidade de uma solução negociada.

— Não podemos permitir que agências especializadas emitam um rito de acordo, desafiando a estabilidade financeira global. Argentina é que se encontra uma solução justa e equitativa a esse grave problema que enfrenta desde sua saída, com os quais não se enfrentaram — disse ela ao plenário fechado.

A partir daí, ela explicou como, se a Argentina não aceitar uma manifestação política da OEA a sua favor, terá a dificuldade de obter os recursos

de emergência, que tem a presença confirmada de 15 países-chave, incluindo o ministro de Relações Exteriores do Brasil, Luiz Alberto Figueiredo. Na reunião da OEA, onde primeiros apelos a projetos de resolução emergencial, sem uma proposta, e nos plenários da OEA, o governo argentino disse que só quer impor sua situação. A Casa Branca ainda defende o veto que emitiu, na primeira reunião, sobre a medida para negociar com Donald Trump, o ministro designado para a negociação com os "bondholders". A noite, o governo divulgou uma nota na qual afirmou que seus fundos "não querem alcançar uma solução justa, equitativa e legal, que contemple os interesses de 2009 dos credores".

Colaboração: Juliana Riquelme

www.veiculos.globo.com  
Lançamento: O sistema de crédito das dívidas externas

Corpo a corpo

PAULO GARCIA

Faltou 'boa-fé' à Casa Rosada, diz advogado

Representante do credores reclama da falta de atenção para com detentores de até US\$ 15 bilhão em títulos

Júlio César Faria  
Correspondente  
julio.faria@globo.com.br

Os "bondholders" beneficiados pela Justiça americana não são os únicos credores da Argentina que não aceitaram a reestruturação e que há uma década brigam para receber 100% do que investiram em títulos do país. Há aqueles que aderiram ao plano antes de julho de 2001, quando começou a falência da dívida argentina, mas foram desclassificados como um grupo regular. Eles se consideram "legítimos", que não foram afetados pela reestruturação. O advogado argentino Pablo Garza, do escritório De la Riva, que defende um grande grupo de credores individuais, "não sempre queremos negociar".

— O caso é um caso de decisão. Se, antes de uma sentença, o caso fosse, mas, ao contrário dos "bondholders", não caso não chegou à Suprema Corte dos EUA. Mas a decisão a favor dos "bondholders" não favorece. O que deveria ter acontecido, mas nunca aconteceu, é que o governo argentino tivesse se comprometido todos os esforços para negociar. Vamos continuar trabalhando, não pode haver negociação bilateral, com um pequeno grupo de credores, e não com os demais.

— Qual é o montante envolvido? Entre US\$ 700 milhões e US\$ 1,5 bilhão. São credores argentinos e de outros países. Se em Nova York, há 180 demandas contra a Argentina. São centenas de credores.

— Como está a estratégia do país ao caso dos "bondholders"? Não vamos boicotar. Se negociarmos com o Chile e o Peru e o Brasil, por que não com os credores? Nossa história há muito hipocrisia. Muitos bondholders foram beneficiados pelas operações de reestruturação da dívida. Finanças vieram fracas e, hoje, a dívida do país é ainda maior (US\$ 550 bilhões). Nosso Chile não credores legítimos, não negociaram, não permitiram que se tornassem embaixadores da dívida argentina antes do colapso e jamais foram ouvidos.

— Por que eles não aceitaram as moedas de 2009?

— Porque consideramos injusto. O contrato para o governo colocar todos os recursos, mas, não são todos iguais. O conflito foi finalizado pela gente entre o governo e dois grupos de credores que negociaram, e todos os que não negociaram e o Brasil da negociação da dívida argentina. ■

Falta de foro para resolver impasse agrava crise

Para analistas, sem lei internacional, países ficam reféns de julgamentos locais

Eduardo Casanova  
eduardo.casanova@globo.com.br

Expedientes legais com premissas de situação da Argentina, que tem até 30 de julho para negociar com os credores que não aderiram à reestruturação da dívida. O país precisa oferecer uma alternativa que agende aos chamados "bondholders", os investidores que não aderiram à reestruturação (os "bondholders") mas detêm de títulos iguais aos que aceitaram. Sem pagar os títulos, não se pode pagar os demais — afirma o chefe do

Departamento de Dívida e Análise Financeira da Confederação das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Unctad), Yoon Kyu Li.

Ações de reestruturação internacional para a reestruturação de dívidas soberanas voltam ao debate na crise de 2008, mas, explica Yoon, há novamente falta de dados.

— Há muita incerteza porque há diferentes interesses. Quando há crise, o debate volta à tona. Quando a situação se acalma, a discussão para o período de vontade política para fazer isso adiantar — Yoon, acrescenta que a Unctad discute hoje com especialistas a possibilidade de criar projetos para esse mecanismo internacional.

AUMENTA INCERTEZA PARA INVESTIDORES

Na falta de uma solução, os títulos da dívida e o país correm risco de reestruturação, segundo a Justiça de Nova York em 30 de julho. Para tanto, há tentativas das partes: credores e fundos soberanos.

— Não tem muita vontade política de dar passo adiante. É uma negociação muito difícil, já que o país não pode oferecer a esses fundos condições melhores do que as negociações na reestruturação. Ao mesmo tempo, se não chegar a um acordo em 30 dias, não conseguir pagar e que precisa não ter

des que aceitaram a reestruturação e coloca pressão à negociação. Li afirma — explica o professor de Direito Internacional da UNP Uniberto Gell.

Para ele, a fronteira da Argentina de buscar apoio político na Organização dos Estados Americanos (OEA) é uma boa estratégia, por se tratar de um tema que afeta a soberania do país. — A Justiça de Nova York tem o direito de legislar. Se que um juiz de Nova York emita um mandado para os investidores privados e os de um fundo soberano. A Argentina está defendendo sua soberania ao não aceitar condições que podem afetar sua população — diz Gell, que considera pouco provável a adoção de um sistema internacional para lidar com a reestruturação de dívidas, embora considere possível a instauração da Unctad.

A decisão da Justiça dos EUA ainda traz incerteza para lidar com reestruturação de dívidas soberanas, assinala o professor de Direito da Universidade da Carolina do Norte Mark Weidemaier.

— Certamente os credores que não aceitaram participam da reestruturação de dívidas soberanas uma importante arma nas negociações, o que não se sabe ainda qual é a força que terão. O resultado é que a incerteza aumentará e será difícil para os investidores tomar decisões. ■





22) Caderno de quarta-feira – terceira página

Quarta-feira 27/2014

Economia

02/01/2014 23

# Tombini: inflação ruma para meta com juros a 11%

Presidente do Banco Central admite, porém, que a taxa de 4,5% só será alcançada nos próximos dois anos

GABRIELA VALENTE  
colunista do **folha.com.br**  
CARLOS BOGADO  
colunista do **folha.com.br**

**Atenção** O presidente do Banco Central, Alexandre Tombini, usou o jornal *Estado de São Paulo*, o "Correio Fiel", para mandar um recado ao mercado financeiro: a taxa de juros (Selic) mantida em 11% ao ano é capaz de fazer a inflação atingir a meta de 4,5% nos próximos dois anos, em horizonte relevante considerado pelo BC. Na entrevista, divulgada pela

assessoria de imprensa, o presidente admite, entre outros, que a inflação em 12 meses continuará elevada por algum tempo. "Com certeza, se mudarmos as condições monetárias, a inflação tende a entrar em trajetória de convergência para a meta ao longo do horizonte relevante para a política monetária", garante.

Tombini garante que a inflação sob controle e menor em 2014 do que nos últimos dois anos. O objetivo do BC, estabelecido por lei, é deixar o Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA) em 4,5% este ano.

Na entrevista, tomados 12 meses, a inflação acumulada está em 6,37% e Tombini afirma que ela continuará elevada por causa da alta de preços dos alimentos, visto no início do ano. Já a inflação comercial registra-se superior de US\$ 2,403 bilhões em junho, mais do que o triplo dos US\$ 712 milhões da meta. Resultado de exportações de US\$ 20,406 bilhões e importações de US\$ 18,003 bilhões, mas foi o melhor saldo mensal desde maio, o quarto superávit mensal consecutivo e também o melhor para um mês de junho nos últimos três anos.

Com a melhoria dos números, há um alívio de US\$ 2,400 bilhões no passivo setorial, ante um saldo negativo de US\$ 4,555 bilhões de junho a maio. O déficit do primeiro semestre do ano passado foi de US\$ 5,1 bilhões. ■

## Opinião

### ALTERNATIVAS

A FIDUCIA, o Plural, mais uma vez, posterga o BPC para idosos. Mas, não é só. A expectativa de que a economia escape do desaquecimento pela via do consumo, Brasil.

DIANTE DO endurecimento das famílias e do estopim da inflação de serviços nos segmentos domésticos, não há mais espaço para o BPC.



**Friboi**  
COM CERTEZA.

QUANDO A CARNE É FRIBOI,  
O CHURRASCO SEMPRE  
VAI PARA A PROLOGAÇÃO.

REÚNA A GALERA PARA  
TORCER COM FRIBOI.

Penseu confiança, pediu Friboi, com certeza. A carne com garantia de origem e rigoroso controle de qualidade.

**Friboi**  
CARNE CONTRÁVEL TEM NOME.

Indicadores	ÍNDICES		INSS/FILHO		INFLAÇÃO		CÂMBIO	
	INSS/FILHO		INSS/FILHO		INSS/FILHO		INSS/FILHO	
TR	TR		TR		TR		TR	
2014 2013 2012 2011 2010 2009 2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002 2001 2000 1999 1998 1997 1996 1995 1994 1993 1992 1991 1990 1989 1988 1987 1986 1985 1984 1983 1982 1981 1980 1979 1978 1977 1976 1975 1974 1973 1972 1971 1970 1969 1968 1967 1966 1965 1964 1963 1962 1961 1960 1959 1958 1957 1956 1955 1954 1953 1952 1951 1950 1949 1948 1947 1946 1945 1944 1943 1942 1941 1940 1939 1938 1937 1936 1935 1934 1933 1932 1931 1930 1929 1928 1927 1926 1925 1924 1923 1922 1921 1920 1919 1918 1917 1916 1915 1914 1913 1912 1911 1910 1909 1908 1907 1906 1905 1904 1903 1902 1901 1900 1899 1898 1897 1896 1895 1894 1893 1892 1891 1890 1889 1888 1887 1886 1885 1884 1883 1882 1881 1880 1879 1878 1877 1876 1875 1874 1873 1872 1871 1870 1869 1868 1867 1866 1865 1864 1863 1862 1861 1860 1859 1858 1857 1856 1855 1854 1853 1852 1851 1850 1849 1848 1847 1846 1845 1844 1843 1842 1841 1840 1839 1838 1837 1836 1835 1834 1833 1832 1831 1830 1829 1828 1827 1826 1825 1824 1823 1822 1821 1820 1819 1818 1817 1816 1815 1814 1813 1812 1811 1810 1809 1808 1807 1806 1805 1804 1803 1802 1801 1800 1799 1798 1797 1796 1795 1794 1793 1792 1791 1790 1789 1788 1787 1786 1785 1784 1783 1782 1781 1780 1779 1778 1777 1776 1775 1774 1773 1772 1771 1770 1769 1768 1767 1766 1765 1764 1763 1762 1761 1760 1759 1758 1757 1756 1755 1754 1753 1752 1751 1750 1749 1748 1747 1746 1745 1744 1743 1742 1741 1740 1739 1738 1737 1736 1735 1734 1733 1732 1731 1730 1729 1728 1727 1726 1725 1724 1723 1722 1721 1720 1719 1718 1717 1716 1715 1714 1713 1712 1711 1710 1709 1708 1707 1706 1705 1704 1703 1702 1701 1700 1699 1698 1697 1696 1695 1694 1693 1692 1691 1690 1689 1688 1687 1686 1685 1684 1683 1682 1681 1680 1679 1678 1677 1676 1675 1674 1673 1672 1671 1670 1669 1668 1667 1666 1665 1664 1663 1662 1661 1660 1659 1658 1657 1656 1655 1654 1653 1652 1651 1650 1649 1648 1647 1646 1645 1644 1643 1642 1641 1640 1639 1638 1637 1636 1635 1634 1633 1632 1631 1630 1629 1628 1627 1626 1625 1624 1623 1622 1621 1620 1619 1618 1617 1616 1615 1614 1613 1612 1611 1610 1609 1608 1607 1606 1605 1604 1603 1602 1601 1600 1599 1598 1597 1596 1595 1594 1593 1592 1591 1590 1589 1588 1587 1586 1585 1584 1583 1582 1581 1580 1579 1578 1577 1576 1575 1574 1573 1572 1571 1570 1569 1568 1567 1566 1565 1564 1563 1562 1561 1560 1559 1558 1557 1556 1555 1554 1553 1552 1551 1550 1549 1548 1547 1546 1545 1544 1543 1542 1541 1540 1539 1538 1537 1536 1535 1534 1533 1532 1531 1530 1529 1528 1527 1526 1525 1524 1523 1522 1521 1520 1519 1518 1517 1516 1515 1514 1513 1512 1511 1510 1509 1508 1507 1506 1505 1504 1503 1502 1501 1500 1499 1498 1497 1496 1495 1494 1493 1492 1491 1490 1489 1488 1487 1486 1485 1484 1483 1482 1481 1480 1479 1478 1477 1476 1475 1474 1473 1472 1471 1470 1469 1468 1467 1466 1465 1464 1463 1462 1461 1460 1459 1458 1457 1456 1455 1454 1453 1452 1451 1450 1449 1448 1447 1446 1445 1444 1443 1442 1441 1440 1439 1438 1437 1436 1435 1434 1433 1432 1431 1430 1429 1428 1427 1426 1425 1424 1423 1422 1421 1420 1419 1418 1417 1416 1415 1414 1413 1412 1411 1410 1409 1408 1407 1406 1405 1404 1403 1402 1401 1400 1399 1398 1397 1396 1395 1394 1393 1392 1391 1390 1389 1388 1387 1386 1385 1384 1383 1382 1381 1380 1379 1378 1377 1376 1375 1374 1373 1372 1371 1370 1369 1368 1367 1366 1365 1364 1363 1362 1361 1360 1359 1358 1357 1356 1355 1354 1353 1352 1351 1350 1349 1348 1347 1346 1345 1344 1343 1342 1341 1340 1339 1338 1337 1336 1335 1334 1333 1332 1331 1330 1329 1328 1327 1326 1325 1324 1323 1322 1321 1320 1319 1318 1317 1316 1315 1314 1313 1312 1311 1310 1309 1308 1307 1306 1305 1304 1303 1302 1301 1300 1299 1298 1297 1296 1295 1294 1293 1292 1291 1290 1289 1288 1287 1286 1285 1284 1283 1282 1281 1280 1279 1278 1277 1276 1275 1274 1273 1272 1271 1270 1269 1268 1267 1266 1265 1264 1263 1262 1261 1260 1259 1258 1257 1256 1255 1254 1253 1252 1251 1250 1249 1248 1247 1246 1245 1244 1243 1242 1241 1240 1239 1238 1237 1236 1235 1234 1233 1232 1231 1230 1229 1228 1227 1226 1225 1224 1223 1222 1221 1220 1219 1218 1217 1216 1215 1214 1213 1212 1211 1210 1209 1208 1207 1206 1205 1204 1203 1202 1201 1200 1199 1198 1197 1196 1195 1194 1193 1192 1191 1190 1189 1188 1187 1186 1185 1184 1183 1182 1181 1180 1179 1178 1177 1176 1175 1174 1173 1172 1171 1170 1169 1168 1167 1166 1165 1164 1163 1162 1161 1160 1159 1158 1157 1156 1155 1154 1153 1152 1151 1150 1149 1148 1147 1146 1145 1144 1143 1142 1141 1140 1139 1138 1137 1136 1135 1134 1133 1132 1131 1130 1129 1128 1127 1126 1125 1124 1123 1122 1121 1120 1119 1118 1117 1116 1115 1114 1113 1112 1111 1110 1109 1108 1107 1106 1105 1104 1103 1102 1101 1100 1099 1098 1097 1096 1095 1094 1093 1092 1091 1090 1089 1088 1087 1086 1085 1084 1083 1082 1081 1080 1079 1078 1077 1076 1075 1074 1073 1072 1071 1070 1069 1068 1067 1066 1065 1064 1063 1062 1061 1060 1059 1058 1057 1056 1055 1054 1053 1052 1051 1050 1049 1048 1047 1046 1045 1044 1043 1042 1041 1040 1039 1038 1037 1036 1035 1034 1033 1032 1031 1030 1029 1028 1027 1026 1025 1024 1023 1022 1021 1020 1019 1018 1017 1016 1015 1014 1013 1012 1011 1010 1009 1008 1007 1006 1005 1004 1003 1002 1001 1000 999 998 997 996 995 994 993 992 991 990 989 988 987 986 985 984 983 982 981 980 979 978 977 976 975 974 973 972 971 970 969 968 967 966 965 964 963 962 961 960 959 958 957 956 955 954 953 952 951 950 949 948 947 946 945 944 943 942 941 940 939 938 937 936 935 934 933 932 931 930 929 928 927 926 925 924 923 922 921 920 919 918 917 916 915 914 913 912 911 910 909 908 907 906 905 904 903 902 901 900 899 898 897 896 895 894 893 892 891 890 889 888 887 886 885 884 883 882 881 880 879 878 877 876 875 874 873 872 871 870 869 868 867 866 865 864 863 862 861 860 859 858 857 856 855 854 853 852 851 850 849 848 847 846 845 844 843 842 841 840 839 838 837 836 835 834 833 832 831 830 829 828 827 826 825 824 823 822 821 820 819 818 817 816 815 814 813 812 811 810 809 808 807 806 805 804 803 802 801 800 799 798 797 796 795 794 793 792 791 790 789 788 787 786 785 784 783 782 781 780 779 778 777 776 775 774 773 772 771 770 769 768 767 766 765 764 763 762 761 760 759 758 757 756 755 754 753 752 751 750 749 748 747 746 745 744 743 742 741 740 739 738 737 736 735 734 733 732 731 730 729 728 727 726 725 724 723 722 721 720 719 718 717 716 715 714 713 712 711 710 709 708 707 706 705 704 703 702 701 700 699 698 697 696 695 694 693 692 691 690 689 688 687 686 685 684 683 682 681 680 679 678 677 676 675 674 673 672 671 670 669 668 667 666 665 664 663 662 661 660 659 658 657 656 655 654 653 652 651 650 649 648 647 646 645 644 643 642 641 640 639 638 637 636 635 634 633 632 631 630 629 628 627 626 625 624 623 622 621 620 619 618 617 616 615 614 613 612 611 610 609 608 607 606 605 604 603 602 601 600 599 598 597 596 595 594 593 592 591 590 589 588 587 586 585 584 583 582 581 580 579 578 577 576 575 574 573 572 571 570 569 568 567 566 565 564 563 562 561 560 559 558 557 556 555 554 553 552 551 550 549 548 547 546 545 544 543 542 541 540 539 538 537 536 535 534 533 532 531 530 529 528 527 526 525 524 523 522 521 520 519 518 517 516 515 514 513 512 511 510 509 508 507 506 505 504 503 502 501 500 499 498 497 496 495 494 493 492 491 490 489 488 487 486 485 484 483 482 481 480 479 478 477 476 475 474 473 472 471 470 469 468 467 466 465 464 463 462 461 460 459 458 457 456 455 454 453 452 451 450 449 448 447 446 445 444 443 442 441 440 439 438 437 436 435 434 433 432 431 430 429 428 427 426 425 424 423 422 421 420 419 418 417 416 415 414 413 412 411 410 409 408 407 406 405 404 403 402 401 400 399 398 397 396 395 394 393 392 391 390 389 388 387 386 385 384 383 382 381 380 379 378 377 376 375 374 373 372 371 370 369 368 367 366 365 364 363 362 361 360 359 358 357 356 355 354 353 352 351 350 349 348 347 346 345 344 343 342 341 340 339 338 337 336 335 334 333 332 331 330 329 328 327 326 325 324 323 322 321 320 319 318 317 316 315 314 313 312 311 310 309 308 307 306 305 304 303 302 301 300 299 298 297 296 295 294 293 292 291 290 289 288 287 286 285 284 283 282 281 280 279 278 277 276 275 274 273 272 271 270 269 268 267 266 265 264 263 262 261 260 259 258 257 256 255 254 253 252 251 250 249 248 247 246 245 244 243 242 241 240 239 238 237 236 235 234 233 232 231 230 229 228 227 226 225 224 223 222 221 220 219 218 217 216 215 214 213 212 211 210 209 208 207 206 205 204 203 202 201 200 199 198 197 196 195 194 193 192 191 190 189 188 187 186 185 184 183 182 181 180 179 178 177 176 175 174 173 172 171 170 169 168 167 166 165 164 163 162 161 160 159 158 157 156 155 154 153 152 151 150 149 148 147 146 145 144 143 142 141 140 139 138 137 136 135 134 133 132 131 130 129 128 127 126 125 124 123 122 121 120 119 118 117 116 115 114 113 112 111 110 109 108 107 106 105 104 103 102 101 100 99 98 97 96 95 94 93 92 91 90 89 88 87 86 85 84 83 82 81 80 79 78 77 76 75 74 73 72 71 70 69 68 67 66 65 64 63 62 61 60 59 58 57 56 55 54 53 52 51 50 49 48 47 46 45 44 43 42 41 40 39 38 37 36 35 34 33 32 31 30 29 28 27 26 25 24 23 22 21 20 19 18 17 16 15 14 13 12 11 10 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0	INSS/FILHO		INSS/FILHO		INSS/FILHO		INSS/FILHO	
2014 2013 2012 2011 2010 2009 2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002 2001 2000 1999 1998 1997 1996 1995 1994 1993 1992 1991 1990 1989 1988 1987 1986 1985 1984 1983 1982 1981 1980 1979 1978 1977 1976 1975 1974 1973 1972 1971 1970 1969 1968 1967 1966 1965 1964 1963 1962 1961 1960 1959 1958 1957 1956 1955 1954 1953 1952 1951 1950 1949 1948 1947 1946 1945 1944 1943 1942 1941 1940 1939 1938 1937 1936 1935 1934 1933 1932 1931 1930 1929 1928 1927 1926 1925 1924 1923 1922 1921 1920 1919 1918 1917 1916 1915 1914 1913 1912 1911 1910 1909 1908 1907 1906 1905 1904 1903 1902 1901 1900 1899 1898 1897 1896 1895 1894 1893 1892 1891 1890 1889 1888 1887 1886 1885 1884 1883 1882 1881 1880 1879 1878 1877 1876 1875 1874 1873 1872 1871 1870 1869 1868 1867 1866 1865 1864 1863 1862 1861 1860 1859 1858 1857 1856 1855 1854 1853 1852 1851 1850 1849 1848 1847 1846 1845 1844 1843 1842 1841 1840 1839 1838 1837 1836 1835 1834 1833 1832 1831 1830 1829 1828 1827 1826 1825 1824 1823 1822 1821 1820 1819 1818 1817 1816 1815 1814 1813 1812 1811 1810 1809 1808 1807 1806 1805 1804 1803 1802 1801 1800 1799 1798 1797 1796 1795 1794 1793 1792 1791 1790 1789 1788 1787 1786 1785 1784 1783 1782 1781 1780 1779 1778 1777 1776 1775 1774 1773 1772 1771 1770 1769 1768 1767 1766 1765 1764 1763 1762 1761 1760 1759 1758 1757 1756 1755 1754 1753 1752 1751 1750 1749 1748 1747 1746 1745 1744 1743 1742 1741 1740 1739 1738 1737 1736 1735 1734 1733 1732 1731 1730 1729 1728 1727 1726 1725 1724 1723 1722 1721 1720 1719 1718 1717 1716 1715 1714 1713 1712 1711 1710 1709 1708 1707 1706 1705 1704 1703 1702 1701 1700 1699 1698 1697 1696 1695 1694 1693 1692 1691 1690 1689 1688 1687 1686 1685 1684 1683 1682 1681 1680 1679 1678 1677 1676 1675 1674 1673 1672 1671 1670 1669 1668 1667 1666 1665 1664 1663 1662 1661 1660 1659 1658 1657 1656 1655 1654 1653 1652 1651 1650 1649 1648 1647 1646 1645 1644 1643 1642 1641 1640 1639 1638 1637 1636 1635 1634 1633 1632 1631 1630 1629 1628 1627 1626 1625 1624 1623 1622 1621 1620 1619 1618 1617 1616 1615 1614 1613 1612 1611 1610 1609 1608 1607 1606 1605 1604 1603 1602 1601 1600 1599 1598 1597 1596 1595 1594 1593 1592 1591 1590 1589 1588 1587 1586 1585 1584 1583 1582 1581 1580 1579 1578 1577 1576 1575 1574 1573 1572 1571 1570 1569 1568 1567 1566 1565 1564 1563 1562 1561 1560 1559 1558 1557 1556 1555 1554 1553 1552 1551 1550 1549 1548 1547 1546 1545 1544 1543 1542 1541 1540 1539 1538 1537 1536 1535 1534 1533 1532 1531 1530 1529 1528 1527 1526 1525 1524 1523 1522 1521 1520 1519 1518 1517 1516 1515 1514 1513 1512 1511 1510 1509 1508 1507 1506 1505 1504 1503 1502 1501 1500 1499 1498 1497 1496 1495 1494 1493 1492 1491 1490 1489 1488 1487 1486 1485 1484 1483 1482 1481 1480 1479 1478 1477 1476 1475 1474 1473 1472 1471 1470 1469 1468 1467 1466 1465 1464 1463 1462 1461 1460 1459 1458 1457 1456 1455 1454 1453 1452 1451 1450 1449 1448 1447 1446 1445 1444 1443 1442 1441 1440 1439 1438 1437 1436 1								







## RIO E SÃO PAULO PREÇOS QUASE EMPATADOS

**Diferença no custo de vida entre as duas cidades encolheu 61% com o fim da hiperinflação. Imóveis subiram mais para os cariocas**

### OS VALORES NAS CAPITAIS

Bogotá en Vida Multimedios (F)		
Quinton de 2 puntos, programa 70 minutos		
Ant2008	98 939.716	173,6
Ant2008	98 124.450	173,6
Bogotá en Noticias (F)		
Quinton de 2 puntos, programa 70 minutos		
Ant2008	98 925	173,6
Ant2008	98 1.796	279,6

## TABLE TOPICS

Paese (Cala SP)	Prezzo di listino (euro)	Prezzo di vendita (euro)	Variazione (%)
Italia	25,50	20,90	-18,04
Germania	25,50	24,00	-6,27

Table
-------

Banckrediet SP		Vergelyk
1994	R\$ 0,80	
2014	R\$ 4,30	-417,5%
Banckrediet RJ		
1994	R\$ 1,00	
2014	R\$ 4,30	306,6%

Callum Chalkley  
[callum@chalkley.co.uk](mailto:callum@chalkley.co.uk)  
 London, UK  
<http://www.chalkley.co.uk>

[illegible]

a diferença entre o custo de se obter um dólar capitado pela BRS. Os dados, compilados pelo economista Carlos Roberto Araujo da USP, mostram que a regime monopolístico profitaria ainda

então a cidade de Rio. O resultado que sua escola tem qual 100 e o quinto melhor de vida de pais mortos que São Paulo tinha 112 pontos em 1996, contra 99 de Rio. Agora, os parâmetros estão com 107 contra 102 dos outros.

Entre os itens da pesquisa, há educação há quatro anos acentuou em Rio, tanto que 98 pontos em 1996 para os atuais 106. São Paulo tinha 119 e hoje está com 116. Em educação, a diferença entre as regiões caiu de 33 para 27 pontos, mas o Rio segue sete pontos abaixo da média nacional. São Paulo, 39 pontos acima.

— As diferenças de preços entre São e São Paulo começaram a diminuir em 2003. Hoje, as duas cidades estão acima da média nacional de gastos — afirma o Aguiar.

O Brasil trouxe significante crescimento econômico e inflação para o setor imobiliário, diz João Paulo Mattos, presidente da Adenex, que atua as empresas do setor.

O aumento da renda do trabalhador brasileiro, o preço mais pa-

Blacão do Rio também pode ter influenciado. Cresceu 40,3% de 2007 a 2013. Em São Paulo, a alta foi de 22,2%. Desde novembro — a pelo 1ª vez depois de fevereiro de 2012 — a renda do trabalhador carioca está à frente da do paulista. Em abril, chegou em R\$ 2.192,50, ante R\$ 2.139,50 em São Paulo.

— O mercado cresceu, a cidade está revitalizada. A obra de preços é resultado principalmente do aumento da mão de obra, insumos e aluguéis — disse Pedro de Lencastre, presidente do Sindifio. ■

[JENNIFER.BROWN@mcgill.ca](mailto:JENNIFER.BROWN@mcgill.ca)  
[JENNIFER.BROWN@mcgill.ca](mailto:JENNIFER.BROWN@mcgill.ca)  
[JENNIFER.BROWN@mcgill.ca](mailto:JENNIFER.BROWN@mcgill.ca)

• O brasileiro ainda tem memória de inflação?

[illegible]

● A taxa de 6,2% ao ano  
uma inflação média?  
É uma inflação chegar  
perto de nada. É ali q  
os psicólogos importam.  
Quando você começa a li  
var, o mercado se desloca

As histórias são parte sempre. Uma vez que não se pode

mas o desvio da hiperinflação, consequente aos processos de reformas que há já interrompido. E partir daí o dinamismo da economia foi reduzido gradualmente. Foram respectivamente dezessete, onze, oito e sete anos, em ordem decrescente, que os países da América Latina, da Ásia e da África conseguiram manter a inflação sob controle.

★ Houve alguns momentos em que o ex-chofê achou que o Brasil poderia dar errado, especialmente em 1997.

Tão, houve vários sacolejos no tanque, mesmo antes de 1995. Primeiro teve a crise soberana que foi a dos embaixadores das embaixadas, que foi seguida, a crise bancária, a crise do Azeite, a crise da Flórida. Em 1995, teve a transição para o regime

de morte. Depois disso, a mais alta, foi a própria transição eleitoral (2003/2008). Deu muito medo em cada uma dessas ocasiões. O ano de 2008 também foi um momento difícil. E acho que isso também aconteceu

• **Comparação de a e anexo?**  
Em grau de parentesco, anexo é comparativo. Não há dúvida que agora é um momento de transição importante.

- Há evidências que sugerem que certos tipos de personalidade...

bastante justificada e ela é um sentimento derivado de um ativismo de crua ou de convicções em assuntos de interesse do setor privado e pertencentes ao crescimento econômico. Quando todos os mercados financeiros são e são comumente muito mais instáveis do que a política econômica e isso se intertemper as reformas, as liberdades e o setor privado, os privilégios alguns tipos de intervenção que não funcionam e, portanto, o setor privado hoje no Brasil precisa de ver mudanças na política econômica. ■

The logo of the International Association of Agricultural Economists (IAAE) is located in the bottom right corner. It consists of a blue square containing a white circle with a stylized 'A' inside. To the right of the square, the text 'IAAE' is written in a bold, sans-serif font. Below 'IAAE', the full name 'International Association of Agricultural Economists' is written in a smaller, sans-serif font.

### General Terms

**A**nalisando como os países latino-americanos acreditam que o desenvolvimento econômico depende da interação entre o Estado e o mercado, os autores afirmam que a intervenção estatal é necessária para garantir a estabilidade econômica e a sustentabilidade do crescimento. No entanto, a intervenção estatal deve ser limitada e baseada em princípios de eficiência e transparência. Os autores também afirmam que a intervenção estatal deve ser baseada em princípios de eficiência e transparência.

Foi um período  
rico para o Brasil

depois sem consideração de tabuletas, compêndios e outros documentos que nos planos de mobilização anteriores deixam margem para milhares de ações políticas desiguais.

A bem-sucedida operação de guerra de troca de moedas em uma divisa colossais para o dólar do Plano Real. Os brasileiros estão seguros da inflação e do crescimento, em grande maioria, a forte moeda, como uma moeda de experiência, civil e santidade. Nesse caso, a chamada "maie-tarifa", a que Adam Smith se refere,

Alinda na segunda metade do século XVIII, como fenômeno natural de incompatibilidade do sistema econômico, deve ter dado uma boa coligação.

trabalho em centros governamentais. Todos sabem que o comportamento do cliente é o fator decisivo para o sucesso de um plano de marketing empresarial. Mas ninguém esperava que o cliente real fosse uma variedade tão diversa e que, logo a partir das primeiras reuniões do plano, os "clientes" assumissem o papel principal no esforço para se atingir um processo satisfatório de divulgação. Os "clientes" reunidos por quase cinco anos e detidos a economia brasileira não tinham a mesma atitude. No início de 1990, o governo jogou a moeda forte, mas a inflação não deu chance de isso e a "moeda fraca" voltou a colapsar e o real sofreu bastante. O Brasil e sua economia continuaram a sofrer. Vivíamos nos mercados e priorizávamos páginas dos jornais.

[illegible]

• No início do Plano Real, o senhor disse que era preciso pagar todas as dívidas. E, após 20 anos, precisamos ainda de todas as dívidas para segurar a inflação?

- **Comparar a situação:**  
Um grupo de pesquisadores, após o comparecimento às reuniões da comissão, não hesitou em transformar imediatamente as ideias em um relatório.
- **As ideias que foram aprovadas:**  
A ideia de proporcionar o treinamento de forma integrada e a ideia de proporcionar o treinamento de forma integrada e a ideia de proporcionar o treinamento de forma integrada.

**Na WIS**  
**Wieloletni**  
**Wieloletni**  
**Wieloletni**  
**Wieloletni**

## R\$ 20.000,00 DO REAL

### Infecção do trato urinário e expansão de resistência

**Il figlio gaipante** che arriva da fuori dà un po' di spago a tutti

**Socorro do FMI ao Brasil para superar a crise de 1999 converte-se**

[illegible]